

Ympäristövastuu majoitusala ja hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsenmerkin hakuprosessi

Martta Liukkonen

Opinnäytetyö

Matkailun liikkeenjohdon ko

19.3.2013



Tekijä tai tekijät Martta Liukkonen	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2010
Raportin nimi Ympäristövastuu majoitusosalalla ja hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsenmerkin hakuprosessi	Sivu- ja liitesivumäärä 49+21
Opettajat tai ohjaajat Mia Tarhanen	
<p>Vastuullisen yritystoiminnan merkitys on kasvanut voimakkaasti viime vuosina. Yritykset muuttavat toimintaansa vastuullisemmaksi ja pyrkivät ottamaan yhteiskunnan huomioon jokapäiväisessä toiminnassaan. Muutoksia tehdään mm. ottamalla käyttöön erilaisia ympäristöohjeistuksia ja -hallintajärjestelmiä, joita hyödyntämällä yritys sitoutuu noudattamaan niiden kriteereitä.</p> <p>Majoitusliiketoiminta tuottaa vuosittain yli 20 % matkailualan hiilidioksidipäästöistä. Useat alalla toimivat ketjut ovat ottaneet tämän huomioon ja haluavat vähentää päästötasoaan paitsi taloudellisista myös yhteiskunnallisista syistä. Pelkästään hotelleita varten on kehitetty erilaisia ympäristönhallintajärjestelmiä ja -merkkejä, jotka auttavat hotelleja vähentämään ja kontrolloimaan päästöjään mm. tuoteohjeistusten ja erilaisten toimintaohjeiden avulla.</p> <p>Joutsenmerkki on yksi tunnetuimmista ympäristömerkeistä Pohjoismaissa. Merkkiä voivat hakea tuotteet ja palvelut, jotka täyttävät tietyt hakukategorian asettamat tiukat kriteerit. Joutsenmerkin on erityisen suosittu Ruotsissa ja hakuprosessien määrä kasvaa vuosittain.</p> <p>Tämä opinnäytetyö käsittelee ympäristövastuuta ja eri ympäristönhallintajärjestelmiä. Aihetta käsitellään majoitusliiketoiminnan näkökulmasta ja esimerkkiprojektina on vuosina 2012–2013 toteutettu Joutsenmerkin hakuprosessi hotelli Cumulus Hakaniemessä. Tämä opinnäytetyö on produktimuotoinen ja sen tuotoksena on ohjeistus, joka auttaa Restel-konsernin hotelliketjuja sen tulevissa Joutsenmerkkiä käsittelevissä asioissa. Ohjeistus rakentuu hakuprosessin eri vaiheiden pohjalta ja korostaa sen tärkeimpiä kohtia. Ohjeistus on selkeä ja helppolukuinen kokonaisuus, jota jokainen konsernin työntekijä voi tarvittaessa käyttää. Ohjeistus voi toimia myös apuvälineenä Restel-konsernin tulevissa Joutsenmerkin pohjalta järjestettävissä koulutuksissa.</p>	
Asiasanat Yritysvastuu, ympäristövastuu, ympäristömerkit, majoitusala	

Tourism management

Authors Martta Liukkonen	Group or year of entry 2010
The title of thesis Corporate responsibility in accommodation and hotel Cumulus Hakaniemi's Swan Label process	Number of pages and appendices 49+21
Supervisor(s) Mia Tarhanen	
<p>The importance of corporate responsibility's importance has risen fast during the past years. Organizations are changing their policies to be more responsible and to take the surrounding community in consideration when making decisions. Changes are made by using different environmental management systems and following their criteria.</p> <p>Accommodation produces over 20% of the travel industry's carbon dioxide emissions yearly. Many hotel chains in the industry have noticed this and seek ways to reduce emission levels not only for economical but also for social reasons. There are different environmental management systems with guidelines and methods of action that help hotels cut and control emissions.</p> <p>The Swan label is one of the most recognized environmental labels in the Nordic countries. Different products and services can apply for the label when they fulfill the set requirements and strict criteria of the label. The Swan label is especially popular in Sweden and the number of applications is rising every year.</p> <p>This bachelor's thesis describes corporate responsibility and different environmental management systems. It also focuses on accommodation and the point of view of the hotel industry concerning environmental management systems. The sample project is hotel Cumulus Hakaniemi's the Swan label project at hotel Cumulus Hakaniemi which was carried out during 2012-2013. This thesis is a product thesis and the product is a guidebook for acquiring the Swan label. The guidebook will help Restel Ltd in its future projects concerning the Swan label.</p> <p>The guidebook explains step by step the different phases and key points of the process and gives suggestions how each part could be done. It helps the user to get a clear picture about the entire application process and the necessary requirements the process needs.</p>	
Key words Corporate responsibility, environmental management system, social responsibility	

Sisällys

1	Johdanto	3
2	Yritystoiminnan on oltava vastuullista	6
2.1	Yritysvastuu on tärkeä osa yrityksen strategiaa	6
2.2	Yhteisen arvon merkitys yritystoiminnassa kasvaa jatkuvasti	8
3	Vastuullisuuden merkitys majoitusliiketoiminnassa korostuu	10
3.1	Hotellit vaikuttavat voimakkaasti ympäröivään luontoon ja yhteiskuntaan	11
3.2	Hotelliketjut panostavat erilaisiin ympäristönhallintajärjestelmiin	12
4	Ympäristönhallintajärjestelmät	14
4.1	ISO ja ISO 14001 -standardi	15
4.2	EMAS eli Eco-Management and Audit Scheme	16
4.3	EU-Kukka eli Euroopan Unionin ympäristömerkki	17
4.4	Tunnetut ympäristönhallintajärjestelmät hotelleissa	18
4.4.1	Green Key –järjestelmä	19
4.4.2	LEED-sertifikaatti	20
4.4.3	Green Globe –järjestelmä	21
4.5	Joutsenmerkki	22
4.5.1	Joutsenmerkitty hotelli	23
5	Restel-konserni ja hotelli Cumulus Hakaniemi	25
5.1	Restel-konserni haluaa kehittää ympäristöstrategiaansa	25
5.2	Hotelli Cumulus Hakaniemi	26
6	Case Joutsenmerkki	28
6.1	Joutsenmerkin hakuprosessi aloitetaan	28
6.1.1	Hakuprosessin suunnittelun aloittaminen ja toimitilojen kartoitus	28
6.1.2	Hakemuksen aikataulutus, hotellikierros ja koulutuksen suunnittelu	29
6.1.3	Koulutustilaisuus henkilökunnalle	30
6.2	Joutsenmerkkihakemuksen täyttäminen	33
6.2.1	Hakemusta varten kerättyjen tietojen liittäminen internet-hakemukseen	33
6.2.2	Joutsenmerkkihakemuksen lähettäminen	34
6.2.3	Auditointi	34

6.3	Joutsenmerkin hyödyntäminen hotellin eri toiminnoissa	35
6.4	Ohjeistuksen suunnittelu ja kirjoittaminen	36
7	Pohdinta.....	38
7.1	Oma työ suunnittelu ja aloitus	38
7.2	Ohjeistuksen arviointi	39
7.3	Yritysvastuu tärkeä osa matkailualaa ja Restelin toimintaa tulevaisuudessa	40
8	Lähteet	42
Litteet		

1 Johdanto

Ympäristöasioiden merkitys ja yritysvastuu korostuvat nykyisin yritysmaailmassa. Erilaisista ympäristönhallintajärjestelmistä ja -ohjeista on tullut kilpailukeinoja ja monet konsultointiyritykset laajentavat osaamistaan yritysvastuuasioiden puolelle. Yleensä ympäristönhallintajärjestelmät, joita käsitellään tarkemmin luvussa neljä, ovat keskittyneet ympäristöpolitiikkaan, ympäristöselontekoon ja erilaisiin mittaamiseen ja arvioinnin avulla tapahtuviin valvontatoimenpiteisiin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 108–110.)

Standardien joukossa on erilaisia työkaluja ja prosessiohjeita yrityksille, organisaatiokartoituksia ja strategian sekä johtamisen työkaluja. Yksi työkalu ja metodi ympäristöasioissa on ympäristömerkintä. Ympäristömerkinnät ovat keinoja, joilla yritys voi kertoa muille omasta vastuullisuudesta. Merkin saaminen vaatii merkin myöntävän komitean asettamien kriteerien täyttämistä ja toimien ylläpitoa. Ympäristömerkkejä on useita erilaisia ja toiset niistä ovat tunnetumpia kuin toiset. Maailmalla tunnetaan yleisesti Reilun Kaupan merkki, kun taas Euroopassa ja Pohjoismaissa tunnetuimpia ympäristömerkkejä ovat Euroopan Unionin EU-Kukka (nykyinen EU:n ympäristömerkki) ja Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki. Jokaisella merkillä on eri tarkoituksia ja toiset kattavat ympäristöön vaikuttavia asioita laajemmin kuin toiset. (Harmaala & Jallinoja 2012, 136–141.)

Joutsenmerkki on Pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki, jota voivat hakea ne tuotteet ja palvelut, jotka täyttävät Joutsenmerkki-komitean asettamat kriteerit ja ovat ympäristön kannalta markkinoiden parhaita vaihtoehtoja. Joutsenmerkki on tunnettu merkki ja se toimii tehokkaana markkinointi- ja kilpailukeinona eri aloilla. Merkki ottaa kriteeristössään monipuolisesti huomioon tuotteiden ja palveluiden elinkaaren vaiheet ja niiden aiheuttamat vaikutukset ympäristöön. Näin ollen merkkiä hakevan organisaation on pidettävä huolta, että merkkiä hakeva tuote tai palvelu ei täytä kriteereitä vain nyt vaan myös tulevaisuudessa; Joutsenmerkin tavoitteena voi pitää myös pitkän tähtäimen vastuullisuutta ja kestävyyttä. (Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä ohjeistus Joutsenmerkin hakuprosessia varten. Työ kertoo kuka voi hakea merkkiä, mitä hyötyä merkistä on ja mitä resursseja ja vaiheita haku-

prosessi sisältää. Työ käsittelee luvussa viisi esiteltävän Restel-konsernin omistaman hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsenmerkkiprojektia, jonka kulkua seurataan sen alkutekijöistä viimeiseen hakemukseen ja merkin myöntämiseen saakka. Opinnäyte on produktimuotoinen työ. Produkti on ohjeistus, joka tulee toimimaan apuna Restel-konsernille sen tulevilla Joutsenmerkkiä koskevissa asioissa. Työn aikana kartoitetaan miksi hotellin kannattaa hakea Joutsenmerkkiä ja mitä merkkiä hakevalta hotellilta vaaditaan. Hakuprosessin alussa selvitetään, millainen on hotellin nykytila merkin myöntämisen kannalta. Selvityksen valmistuttua tehdään tarvittavat muutokset (ne muutokset, jotka ovat hotellin ja sen toiminnan kannalta oleellisia) hotellissa, jotta Joutsenmerkin pakolliset vaatimukset täytetään ja hakemukseen saadaan tarvittava määrä pisteitä. Kun tarvittavat muutokset on tehty, hakemus täytetään ja se lähetetään Joutsenmerkistä päättävälle lautakunnalle. Hakemuksen myötä järjestetään auditointipäivä, jonka perusteella merkki joko myönnetään tai hakemus hylätään. Ohjeistus rakentuu näiden edellä mainittujen vaiheiden pohjalta esitellen hakuprosessin vaihe vaiheelta helposti ja yksinkertaisesti.

Aihe on tärkeä Restel-konsernille, koska ympäristötietoisuus ja eri vaatimukset kasvavat koko ajan. Erityisesti matkailun alalla on tärkeää, että yritykset ovat ympäristötietoisia, koska matkailijat tulevat monesti katsomaan nimenomaan ympäristöä ja sen tarjoamia asioita (rannat, rakennukset, puistot, muut viheralueet). Jos ympäristö kärsii, matkailijoiden ja hotellien asiakkaiden on etsittävä muita viihtymiskeinoja tai vaihtoehtoisesti uusia matkakohteita. Vastuullisuuden lisäksi ympäristöasiat ja -merkit toimivat hyvänä markkinointikeinona. Joutsenmerkki on etu markkinoinnissa, koska se tunnistetaan laajalti.

Luvussa kuusi esiteltävä projekti aloitettiin kesällä 2012 ja se päättyi keväällä 2013. Projekti toteutettiin yhdessä Restel-konsernin, hotelli Cumulus Hakaniemen ja Miljöönäari Oy:n kanssa. Projektiin haluttiin ottaa mukaan opiskelija, joka saisi projektiin osallistumisen kautta opinnäytetyöaiheen. Halusin mukaan Joutsenmerkki-projektiin omien kiinnostusten, aiheen merkityksen ja pääsuuntautumiseni takia. Kiinnostuin aiheesta heti, kun sain tiedon kyseisestä opinnäytetyöaiheesta. Olen opiskellut biologiaa ja nykyinen pääaineeni Haaga-Heliassa on vastuullinen liiketoiminta. Joutsenmerkkiprojekti mahdollistaa oman pääsuuntautumiseni hyödyntämisen ja opinnoissa käsiteltyjen teorioiden soveltamisen käytännössä. Aiheen kautta pääsen myös tutus-

tumaan hyvin eri ympäristömerkkeihin ja niiden vaatimuksiin sekä siihen, mitä hyötyä merkistä lopulta on sitä tavoittelevalle yritykselle. Näen läheltä koko prosessin toiminnan ja sen, mitä resursseja merkin hakeminen vaatii. Lisäksi työ on erittäin käytännönläheinen ja siitä on mahdollisesti hyötyä tulevaisuudessa työnhaussa.

2 Yritystoiminnan on oltava vastuullista

Ympäristön ja vastuullisuuden merkitys on korostunut viime vuosina. Ilmastonmuutos, sään ääri-ilmiöt ja näistä johtuvat kansainväliset ympäristöohjeet ja -säännökset ovat herättäneet eri organisaatiot siihen, että ympäristön ja sen hyvinvoinnin merkitys maailmassa kasvaa voimakkaasti. (Moskovitz 2008.) Yritykset ja yhteisöt muuttavat omaa suhtautumistaan ympäristöön ja rakentavat eri ympäristö- ja vastuullisuusstrategioita. Valtiot ja niiden hallitukset antavat uusia ympäristöön liittyviä linjauksia, säännöksiä ja lakeja. Yritystoiminnan kulutusta valvotaan, energian hintoja nostetaan ja saastuttamiselle asetetaan sakkoja. Muutosten seurauksena organisaatioiden toimintatavat muuttuvat ja ympäristön merkitys toiminnassa kasvaa. (Ympäristöministeriö 2012c; Ympäristöministeriö 2012d.)

2.1 Yritysvastuu on tärkeä osa yrityksen strategiaa

Vastuullinen yritystoiminta ja yrityksen yhteiskuntavastuu tarkoittaa sitä, kuinka yrityksen toiminta vaikuttaa sitä ympäröivään yhteiskuntaan. Ajatus vastuullisesta yritystoiminnasta perustuu siihen, että yritys tuo toiminnallaan etuja ympäröivälle yhteisölle. (Porter & Kramer 2011, 63–64.) Sen toiminta luo yhteisöön työpaikkoja, palveluita ja vaurautta. Kun puhutaan liiketoiminnasta ja sen etiikasta, yllämainittujen seikkojen oletetaan kuuluvan yrityksen perusvastuuihin: yrityksen on luotava toiminnallaan niin sanottua yhteistä hyvää. Nykyisin monet yritykset laittavat paljon resursseja vastuulliseen liiketoimintaan. Ne palkkaavat konsultteja rakentamaan uutta ympäristöstrategiaa, järjestävät koulutuksia henkilöstölleen ja raportoivat julkisesti omista ympäristöteoistaan ja -vaikutuksistaan. Nämä toiminnot ovat osittain jopa pakollisia, sillä valtio ja kunnat ovat alkaneet sakottaa yrityksiä, jotka eivät huolehdi toimintansa ympäristövaikutuksista. Vastuullisuudesta on näin tullut paitsi osa yritysten arkipäivää, myös tärkeä kilpailukeino. (Ferrell, Fraedrich & Ferrell 2011, 38–41; Harmaala & Jallinoja 2012, 13–16, 22–23; Porter & Kramer 2006, 4-5.)

Yritysvastuun ja vastuullisuuden kehityksen taustalla ovat muutokset ympäristössä ja sitä kautta yleisissä mielipiteissä. Jatkuvan talouskasvun ja globalisaation rinnalle on noussut käsitys siitä,

kuinka kasvun rinnalla on otettava huomioon myös ympäröivä luonto ja elinympäristö.

(Harmaala & Jallinoja 2012, 32–33.) Yritysvastuu käsittää kolme eri osa-aluetta: sosiaalisen vastuun, ympäristövastuun ja taloudellisen vastuun (Kuvio 1.). Sosiaalisen vastuun ajatuksena on ottaa huomioon ympäröivä yhteiskunta, kulttuuri ja sen asukkaat. Sosiaalinen vastuu kehittää yritystä ympäröivän alueen yhteiskuntaa ja sen hyvinvointia. Yritys luo parhaassa tapauksessa toiminnallaan työpaikkoja ja palveluita yhteiskuntaan ja sitä kautta kasvattaa ympäröivän alueen sosiaalista hyvinvointia. Ympäristövastuu käsittää ne asiat, joihin yritys voi toiminnallaan vaikuttaa esimerkiksi kierrättämällä, asentamalla suodattimia, käyttämällä vastuullisesti oikeita raaka-aineita ja tuottamalla tuotteita, jotka eivät aiheuta ongelmia ympäröivässä luonnossa. Taloudellisen vastuun ajatuksena taas on tuoda paitsi voittoa yritykselle myös luoda työpaikkoja ja kasvattaa sitä kautta yhteiskunnan ja sen asukkaiden varallisuutta ja mahdollisuutta hankkia yrityksen tarjoamia palveluita. Yrityksen taloudelliseen vastuuseen kuuluu merkittävästi myös verojen maksu. Kun yritys toimii näiden kolmen eri ulottuvuuden periaatteiden mukaisesti, sen toiminta on kestävä ja sitä ympäröivä yhteiskunta hyötyy paremmin sen toiminnasta. (Ferrell, Fraedrich & Ferrell 2011, 48–49; Harmaala & Jallinoja 2012, 14–18; Rohweder, 2004, 96–105.)



Kuvio 1. Yritysvastuun jakautuminen eri osa-alueisiin. Mukailten lähdettä iSustainable.org.

Viime vuosina yritykset ovat alkaneet ottaa toiminnassaan yhä enemmän huomioon ympäröivän yhteiskunnan. Erilaisten ympäristöstrategioiden määrä kasvaa ja yritykset haluavat ottaa sidosryhmänsä mukaan toimintaansa entistä paremmin; yritykset pyrkivät laajentamaan vastuutaan ja tätä kautta omaa arvoketjuaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 80–81, 252–253.) Tätä kehittyvää yritysvastuun ajatusta voidaan kutsua myös yhteisen arvon luomiseksi yhteiskunnassa. Yhteisen arvon luominen eli creating shared value -käsite on tarkoittaa sitä, kuinka yritykset voivat lisätä omia voittojaan rakentamalla yritystoimintansa sitä ympäröivän yhteiskunnan varaan. Käsitteen mukaan yritykset ovat aiemmin keskittyneet pääsääntöisesti vain voiton luomiseen unohtaen ympäröivän yhteiskunnan ja ympäristön. (Ferrell, Fraedrich & Ferrell 2011, 38–44; Porter & Kramer 2011, 64–65.)

Voiton maksimoiminen, ulkoistaminen, halpojen tuotantomaiden suosiminen ja matalat palkat yhdistettynä huonoihin työoloihin ovat olleet monien suuryritysten salaisia toimintaperiaatteita viime vuosina. Nämä toimintaperiaatteet ovat aiheuttaneet arvostelua niin eri valtioiden johdoilta kuin riippumattomilta yrityksiltä ja yhteisöiltäkin. Harvardin Yliopiston tutkijoiden mukaan tällainen yritystoiminta pikemminkin lisää kuin laskee yrityksen kustannuksia: yhteiskuntavastuun unohtaminen tuo lisäkustannuksia yrityksille. Esimerkiksi huonot työolot johtavat työntekijöiden mahdollisiin sairauksiin ja sitä kautta yrityksen tuotantotehon laskuun ja voiton vähenemiseen. (Porter & Kramer 2011, 64–65.)

Yhteisen arvon ottaminen mukaan strategiaan voi alkaa kolmella eri tavalla. Yritys voi tulevaisuudessa muuttaa tuotestrategiaansa ja suunnitella tuotteensa tai palvelunsa yhteiskunnan tarpeiden mukaan. Näin yrityksen toiminta perustuisi yhteiskunnan tarpeiden tyydyttämiseen. Toinen tapa hyödyntää käsitettä on keskittyä yhteiskunnallisiin ja sosiaalisiin ongelmiin toiminnassa ja etsiä yritystoiminnalla ratkaisua niihin. Esimerkiksi ympäristöasiat, paikallisten tuottajien tukeminen ja erilaiset paikalliset jakelukanavat ja niiden hyödyntäminen vahvistavat ympäröivän alueen kehitystä ja näin ehkäisevät taloudellisten ongelmien syntyä. Kolmas tapa käyttää yhteisen arvon käsitettä on pienten ja paikallisten tuottajien tukeminen ja alueellinen koulutus. Kun yritys hyödyntää paikallisia tuottajia toiminnassaan, se tukee alueen kehitystä

taloudellisesti. Paikalliset saavat oikean korvauksen työstään ja voivat jatkaa toimintaansa myös tulevaisuudessa. Koulutuksella taas varmistetaan tietotaidon pysyminen ja kehittyminen alueella. (Porter & Kramer 2011, 67–73.)

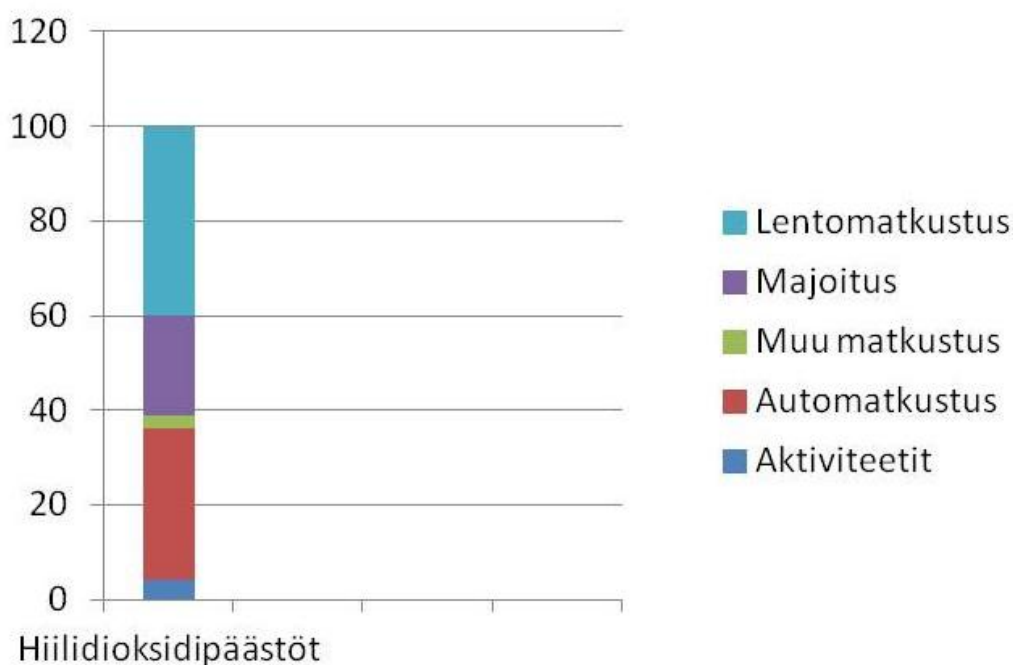
Yhteisen arvon merkitys yritystoiminnassa korostuu erityisesti silloin, kun toiminta tapahtuu pienillä paikkakunnilla tai heikommin kehittyneillä alueilla. Monissa maissa palkat ovat matalia ja yritykset hyödyntävät alueen resursseja maksamatta kunnollista korvausta alueen ihmisille tai jakamatta tietotaitoaan alueen ihmisten ja yritysten kanssa. Ja vaikka alue ja sen ihmiset otettaisiinkin mukaan yrityksen toimintaan, usein yritys jättää ihmiset kouluttamatta ja näin yhteistyö tulevaisuudessa hankaloituu. Tämä toiminta nousee ajoittain esille julkisuudessa ja aiheuttaa kritiikkiä suuryrityksiä kohtaan. Kritiikin seurauksena yritykset, esimerkiksi Nike ja Coca-Cola, ovat alkaneet siistiä imagoaan ja panostavat enemmän yhteiskuntavastuuseen. Monet ovat myös ottaneet yhteisen arvon käsitteen mukaan toimintastrategiaansa. Yritysten toimintastrategioiden lisäksi toimintamalli tulee laajenemaan myös kaupallisen alan korkeakouluihin, jossa seuraava sukupolvi voi tutustua teoriaan jo ennen siirtymistä yritysmaailmaan. (Ferrell, Fraedrich & Ferrell 2011, 37–40, 183–184; Harmaala & Jallinoja, 80–85; Kramer 2012; Porter & Kramer 2011, 75–77.)

3 Vastuullisuuden merkitys majoitusliiketoiminnassa korostuu

Majoitusliiketoiminnan eli hotellien, hostellien ja majatalojen merkitys vastuullisen matkailualan kehittämisessä on noussut. Hotellit tarjoavat joka päivä majoitusta sadoille miljoonille ihmisille ympäri maailmaa. Hotellien taso vaihtelee pienistä yksittäisistä maalaishotelleista aina suuriin ja luksusta tarjoaviin hotelliketjuihin. Näillä kaikilla on kuitenkin koosta riippumatta tarve eri ympäristöresursseihin. Hotelli tarvitsee toimiakseen paljon energiaa, jota esimerkiksi valaistus, viihde-elektroniikka, hyvinvointipalvelut ja toimistotilat kuluttavat päivittäin runsaasti..

Yksittäisen hotellin vaikutus ympäristöön olisi vähäinen ja jopa huomaamaton, mutta kun rakennetaan kymmeniä, ellei jopa satoja hotelleja yhteen paikkaan, alkavat vaikutukset ympäristössä näkyä. Kuviossa 2 näkyy, kuinka hieman yli 20 % matkailualan hiilidioksidipäästöistä tulee hotellien ja muun majoituksen toiminnasta. (Green hotels & responsible tourism initiative 2010.)

Matkailualan eri toimijoiden hiilidioksidipäästöt prosentuaalisesti (%)



Kuvio 2. Majoituksen päästöosuus on yli 20 % kaikista matkailualan aiheuttamista päästöistä. Mukaillen lähdettä UNWTO.

Ympäristövastuun lisäksi myös yhteiskuntavastuun merkitys kasvaa. Suuret hotelliketjut pyrkivät vähentämään kulujaan palkkaamalla halpaa työvoimaa ja tuomalla hotellin hallinnon ja palvelut mukanaan muualta. Hotellit, joissa asiakas voi valita all-inclusive vaihtoehdon eli vaihtoehdon, jossa kaikki palvelut kuuluvat maksettuun hintaan, tuovat paljon matkailijoita alueelle ja tuottavat suurta voittoa, mutta lopulta kuitenkin suurin osa liiketoiminnan voitoista pysyy yrityksellä itsellään ja vain murto-osa jää ympäröivään yhteiskuntaan ja sen asukkaille. Kun ympäröivät kylät ja kaupungit jäävät ilman matkailun tuomia tuottoja, kuilu alueen ihmisten ja hotellialueen välillä kasvaa. Kun tällainen eriarvoisuus matkailukohteessa kasvaa ja pysyy muuttumattomana, se voi tietoisuuden kasvaessa haitata hotelliketjun toimintaa ja vaikuttaa negatiivisesti yrityksen imagoon. (Datar 2011.)

3.1 Hotellit vaikuttavat voimakkaasti ympäröivään luontoon ja yhteiskuntaan

Vuosittain kymmenet miljoonat ihmiset matkustavat ympäri maailmaa ja tarvitsevat majoitusta matkojen aikana. (Holloway 2009, 137, 141–144.) Kasvavat ihmismäärät tarvitsevat lisää majoitustilaa, joten uusia hotelleja rakennetaan ja vanhoja laajennetaan. Monet matkakohteet ovat ekologisesti haurailta tai kapeilla alueilla, ja uuden majoituskapasiteetin rakentaminen on haastavaa vaurioittamatta ympäröivää luontoa ja yhteiskuntaa. Jotta rakentaminen olisi mahdollisimman vastuullista, on rakennussuunnitelmien, kartoitusten ja selvitysten oltava tarkasti suunniteltuja. Sama ohjeistus on tärkeä myös uuden hotellin valmistuttua; vastuullisen liiketoiminnan on jatkuttava läpi koko hotellin eliniän, koska ulkopuolisten organisaatioiden, valtion ja lainsäädännön ohella sitä vaatii myös asiakaskunta. (Graci & Kuehnelt 2010; Green hotels & responsible tourism initiative 2010.)

Koska kuluttajien tietoisuus ympäristöasioista kasvaa ja he vaativat yhä enemmän ostamiltaan tuotteilta ja palveluilta, liiketoiminnan vastuullisuus on yritystoiminnassa suuri. (Harmaala & Jallinoja 2012, 71–75; Nielsenwire 2008.) Ympäristöasioiden ja vastuullisuuden merkityksen kasvaessa ne hotellit, jotka ottavat ympäristöasiat parhaiten huomioon omassa strategiassaan, menestyvät kilpailussa. Asiakkaat paitsi valitsevat vastuullisemman hotellin he myös mahdollisesti suosittelevat sitä muillekin, jolloin hotellin asiakaskunta kasvaa. Tekemällä myös

oheistuotteista (kylpylät, spa-hoidot, tilausmatkat) vastuullisia mahdollisuudet liiketoiminnan ja sitä kautta tuloksen kasvattamiseen ovat entistä suuremmat. Paitsi kuluttajat myös työntekijät näkevät ympäristöasiat huomioon ottavan hotellin parempana kuin niin sanotun tavallisen hotellin. Sama pätee myös työnhakumarkkinoilla: vastuullisuuteen panostavat hotellit ovat houkuttelevampia työpaikkoja tulevaisuudessa kuin ympäristöasiat sivuuttavat hotellit. (Graci & Kuehnel 2010.)

3.2 Hotelliketjut panostavat erilaisiin ympäristönhallintajärjestelmiin

Koska ympäristöasioista on tullut merkittävä kilpailukeino majoitusalaalla, suuret kansainväliset ja kansalliset hotelliketjut hakevat ympäristömerkkejä, rakentavat omia ympäristöohjelmia ja -ohjeita sekä pyrkivät parantamaan omaa toimintaansa ympäristöasioissa. (Bohdanowich & Zientara 2012, 93–94.) Ketjut suorittavat auditointeja, tekevät muutoksia energian- ja veden kulutuksessa, jätteiden lajittelussa ja henkilöstön koulutuksessa. Osa raportoi säännöllisesti omasta vastuullisuudestaan ja julkistaa raportin, jotta sidosryhmät ja asiakkaat näkevät, mitä ketju tekee ympäristön hyväksi. (Graci & Kuehnel 2010.) Maailmalla johtavia vastuullisia hotelliketjuja ovat esimerkiksi Fairmont hotels & resorts, Hilton hotels ja Rezidor Hotel Group. (Rezidor Hotel Group 2012a; Fairmont Hotels & Resorts 2012a; Hilton worldwide 2012a.) Suomessa toimivista ketjuista ympäristömerkkejä ja -hallintajärjestelmiä käyttävät Hiltonin lisäksi Scandic hotels ja Rezidorin omistama Radisson Blu -ketju (Scandic 2012a; S-kanava 2012.)

Fairmont hotels & resorts on pioneeri ja edelläkävijäyritys vastuullisessa majoitusliike-toiminnassa. Yritys on ollut ensimmäisiä vastuullisuuden ja ympäristön huomioivia hotelliketjuja. Fairmont-ketjun perusperiaate on luoda arvoa kaikkia sen hotelleja ympäröiviin yhteisöihin ja varmistaa, että hotellitoiminta on vastuullista ja kestävä. Se tukee koulutusta ja antaa lahjoituksia oman Fairmont Foundation -järjestönsä kautta, jotta myös tulevaisuuden ammattilaiset ymmärtävät ja jatkavat vanhoja vastuullisuuden periaatteita. Se haluaa olla mukana paikallisen väestön tukemisessa tekemällä yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa ja hyödyntämällä paikallisia yrityksiä omassa toiminnassaan. Ottamalla paikalliset toimijat mukaan yritystoimintaansa ketju mahdollistaa eri alueiden yritystoiminnan kehittymisen ja jatkumisen

myös tulevaisuudessa. (Fairmont Hotels & Resorts 2012a.) Myös Rezidor Hotel Group on kehittänyt oman yritysvastuuohjelmansa. Ketjun vastuullisuus perustuu kolmeen peruspilariin, jotka käsittelevät turvallisuutta ja terveyttä, sosiaalisia ja eettisiä asioita sekä ympäristövaikutuksia. Jotta yrityksen vastuullisuuden periaatteet ovat varmasti tunnettuja, ketju huolehtii siitä, että sen jokainen työntekijä ja esimies ovat käyneet yritys vastuullisuus-koulutuksen ensimmäisten kolmen työssäolokuukauden aikana. Oman vastuullisuusohjelman ja koulutuksen lisäksi Rezidor raportoi vuosittain omasta vastuullisuudestaan ja siitä, kuinka se on kehittynyt ympäristöasioissa. (Rezidor Hotel Group 2012a; Rezidor Hotel Group 2012b.)

Erilaisten vastuullisuusohjelmien ja ympäristöohjeiden lisäksi suuret hotelliketjut ovat ottaneet käyttöön erilaisia työpaikan ympäristötiimejä ja ympäristöasioiden vastuuhenkilöitä. Ympäristötiimit ja niiden henkilöt vastaavat ympäristöohjelman toimeenpanosta ja sen seuraamisesta sekä mahdollisista kehitysehdotuksista. Tiimi kirjoittaa ympäristöohjeita henkilökunnan ja asiakkaiden käyttöön, tekee yhteistyötä hotellin markkinointi- ja myyntiosaston kanssa ja vastaa esimerkiksi muun henkilökunnan mahdollisista ympäristökoulutuksista. Jos hotellin hallinto ei kuitenkaan halua kehittää omaa ympäristöosastoaan ja perustaa tiimiä vastaamaan siitä, se voi palkata apua ulkopuoliselta taholta. Vastuullisuuteen erikoistuneet konsultointiyritykset järjestävät henkilökuntakoulutuksia ja voivat esimerkiksi kehittää toimintasuunnitelmia tai ympäristöohjelmia eri yrityksille. Vastuullisuuteen panostava hotelli voi näin hankkia itselleen oman ympäristöohjelman, jonka avulla muuttaa toimintaansa ja sitä kautta myös kilpailukykyään. (Graci & Kuehnel 2010.)

4 Ympäristönhallintajärjestelmät

Ympäristönhallintajärjestelmät ovat osa yritysten johtamista ja nimenomaan osa ympäristöjohtamista sekä yritys vastuuta. Järjestelmien tarkoitus on auttaa yritystä rakentamaan kestäväää yritystoimintaa, edistää vastuullisuutta ja vähentää erilaisia yrityksen toiminnasta aiheutuvia ympäristöriskejä ja -haittoja. Hallintajärjestelmät ovat työkaluja, joilla yritys pääsee edellä mainittuihin tavoitteisiin. Niiden avulla yritys voi muuttaa nykyistä toimintaansa vastuullisemmaksi ja suunnitella tulevia projekteja ja toimintoja ympäristön kannalta toimiviksi ratkaisuiksi. (Harmaala & Jallinoja 2012, 108–110.) Jokainen järjestelmä on hieman erilainen ja sen käyttö edellyttää yritykseltä tiettyjä toimenpiteitä. Pääsääntöisesti kuitenkin kaikkien järjestelmien perusajatus on sama: muuttaa ja parantaa ympäristöön liittyviä tavoitteita, asettaa uusia tavoitteita, toimia uusien suunnitelmien ja käytettävän järjestelmän ohjeiden mukaisesti ja seurata, kuinka muutokset ja uudet toiminnot toimivat ja miten yrityksen toiminta on niiden seurauksena muuttunut. Kun uusi järjestelmä on otettu käyttöön, sen tuloksia on mahdollista raportoida, jolloin myös yrityksen sidosryhmät saavat tiedon yrityksen toiminnasta ja vaikutuksista ympäristöön. Tunnettuja ympäristönhallintajärjestelmiä ovat muun muassa kuviossa 3 esitetyt järjestelmät ja EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)-asetukset. Näiden lisäksi eri alueilla ja mailla on omia ympäristönhallintajärjestelmiä. (Ympäristöministeriö 2012a.)

Ympäristönhallintajärjestelmät

ISO 14001	Yritykset ja yhteisöt. Suomessa tunnettuja käyttäjiä ovat TallinkSilja ja Viking Line.
The Green Key	Matkailu- ja virkistysala. Suomessa vielä suhteellisen tuntematon ympäristönhallintajärjestelmä.
LEED	Rakennuttajat ja rakennukset. Tunnettuja käyttäjiä mm. Pöyry ja Sellon kauppakeskus Espoon Leppävaarassa.
Green Globe	Matkailualan ympäristönhallintajärjestelmä. Yhteistyö ISO 14001:n ja YK:n alaisen Agenda 21 -ohjelman kanssa.
Joutsenmerkki	Pohjoismainen ympäristömerkki. Eri tuotteille ja palveluille oma kriteeristö. Vuodesta 2013 alkaen hotellit ja ravintolat yhden kriteeristön alaisuudessa.
EU-Kukka	EU:n alainen ympäristömerkki. Suositettu erityisesti tuotteiden ympäristömerkkinä. Helsingiläinen hotelli AVA ainut suomalainen merkitty hotelli.

Kuvio 3. Tunnetut matkailualan ympäristönhallintajärjestelmät ja -merkit Euroopassa.

4.1 ISO ja ISO 14001 -standardi

ISO (International Organization for Standardization)-organisaatio on maailman suurin vapaaehtoisten standardien kehittäjä ja tarjoaja. ISO koostuu eri valtioiden edustajista ja toimijoista, jotka huolehtivat standardien kehittämisestä ja päivityksestä. ISO on perustettu 1947 ja se kehittää kansainvälisiä standardeja yrityksille ja yhteisöille. Standardien tarkoitus on varmistaa, että standardia käyttävän yrityksen tai yhteisön tuotteet tai palvelut ovat turvallisia, korkeatasoisia, luotettavia ja vastuullisia. ISO:n tunnetuimpia standardeja ovat ISO 14001 -standardi ja ISO 9000 -laatustandardi. ISO-standardeja voi hakea mikä tahansa yritys tai yhteisö, joka kokee hyötyvänsä standardeista ja pystyy täyttämään niiden vaatimukset. (ISO 2012a.)

ISO 14001 on yksi tunnetuimmista ympäristönhallintajärjestelmistä. Sen tarkoitus on kehittää ja parantaa yritysten ympäristöasioiden hallintaa ja vastuullisen toiminnan

kannattavuutta ja tuloksellisuutta. Kun yritys hakee ISO 14001 -standardia, se sitoutuu toimimaan ympäristön kannalta vastuullisesti. Standardia käyttävä yritys muuttaa toimintaansa ja kartoittaa tuotteidensa tai palveluidensa mahdolliset ympäristövaikutukset, varaa tarvittavat resurssit mahdollisten muutosten tekoon, kouluttaa ja ylläpitää henkilöstön ympäristöosaamista, täyttää lain määräämät velvollisuudet ja vastuut, seuraa ja raportoi ympäristövaikutuksia ja niiden muutoksia sekä muokkaa toimintaansa kartoitusten perusteella. (Suomen Standardisoimisliitto SFS RY 2012a.)

Majoitusala ISO 14001 -standardi on Suomessa harvoin käytetty ympäristönhallintajärjestelmä. Näkyvimmin standardia käyttävät Viking Line ja TallinkSilja -laivavarustamot, joiden kaikki laivat ovat saaneet ISO 14001 -standardin käyttöönsä. Kun toimitaan herkillä meri- ja muilla vesistöalueilla (kuten nämä varustamot toimivat), vastuullisuuden ja varovaisuuden merkitys kasvaa. (Viking Line 2012; TallinkSilja 2012.) Esimerkiksi Itämeren herkkä luonto kärsii helposti, jos sinne pääsee jatkuvasti isojen reittialusten jätteitä (Itämeriportaali 2012).

4.2 EMAS eli Eco-Management and Audit Scheme

EMAS eli the Eco-Management and Audit Scheme on asetus ja ympäristönhallintajärjestelmä, jota voivat hyödyntää eri yritykset ja julkishallinnon laitokset ja organisaatiot. Järjestelmä kehitettiin Euroopan Komissiossa 1993. EMAS-järjestelmää käytetään yritysten ja yhteisöjen ympäristöjohtamisen työkaluna. (European Commission 2012c.) Kun yritys tai yhteisö hakee EMAS-järjestelmää, se sitoutuu ympäristöön vaikuttavien toimenpiteidensä raportointiin, jatkuvaan vastuullisuuden kehittämiseen ja parantamiseen ja ympäristölainsäädännön noudattamiseen. EMAS-järjestelmän käyttäjä voi työkalun avulla tunnistaa omat ympäristövaikutuksensa ja tehdä suunnitelman niiden muuttamiseksi. Kun käyttäjä alkaa muuttaa toimintaansa EMAS-järjestelmän vaatimusten mukaisesti, se voi asettaa itselleen päämääriä ja näin seurata omaa kehitystään ja sitä, kuinka hyvin työkalu toimii käyttäjällään. Prosessin edetessä käyttäjä raportoi EMAS-järjestelmän toiminnasta. Järjestelmän etu on sen avoimuus: EMAS-järjestelmä pakottaa käyttäjänsä raportoimaan avoimesti omasta

vastuullisuudestaan ja ympäristöpolitiikastaan. Järjestelmän hakeminen ja käyttö vaatii suurimmilta osin samanlaisia toimenpiteitä kuin ISO 14001 -standardin hakeminen. (European Commission 2012a.) Lisänä ISO 14001 -standardiin EMAS-asetus vaatii ympäristöselonteon tekemisen ja sen, että ulkopuolinen taho hyväksyy selonteon (Ympäristöministeriö 2012b).

EMAS-järjestelmä koostuu eri vaiheista, jotka sen käyttäjän on toteutettava saadakseen käyttää työkalua. Käyttäjän on järjestettävä ympäristökatselmus, jossa kartoitetaan kaikki sen ympäristövaikutukset, mahdolliset välineet vaikutusten käsittelyyn, lain säädökset ja jo mahdollisesti olemassa oleva ympäristöpolitiikka. EMAS-käyttäjä sitoutuu noudattamaan ympäristölainsäädäntöä ja kehittämään omaa vastuullisuuttaan ja ympäristöhallintoaan. Tämän jälkeen käyttäjä laatii ympäristöselonteon, joka on julkinen eri sidosryhmille. Käyttäjän on myös pyydettävä ulkopuoliselta taholta lausunto siitä, että sen ympäristöpolitiikka ja -selonteko täyttävät järjestelmän vaatimukset. EMAS-järjestelmä auttaa näissä kehitysvaiheissa ja suunnitelmien ylläpidossa. Järjestelmän avulla käyttäjä voi tietyin väliajoin tarkastella omaa edistymistään ja mahdollisia epäkohtia ja tehdä sen perusteella muutoksia eri toimintoihin. Näin kehitys kohti parempaa ympäristöpolitiikkaa on jatkuvaa ja pysyvää. Vaikka EMAS-järjestelmä on Euroopan Komission kehittämä, sen hyödyntämistä ja käyttöä koordinoidaan EU:n jäsenmaissa eri tavoin. Suomessa järjestelmästä ja sen käytön seurannasta vastaavat Suomen Ympäristökeskus ja muut EMAS-toimivaltaiset toimielimet. (Ympäristöministeriö 2012b.)

Majoitusliikkeet käyttävät EMAS-järjestelmää pääsääntöisesti Keski-Euroopan maissa. Saksa, Italia, Espanja ja Portugali ovat maita, joissa järjestelmää käytetään paljon ja monet lomakohteet ovat täynnä järjestelmän mukaan toimivia majoitusliikkeitä. Pohjoismaissa taas järjestelmä on hyvin harvinainen ja esimerkiksi Suomessa sitä ei käytä yksikään hotelli. (European Commission 2012b.)

4.3 EU-Kukka eli Euroopan Unionin ympäristömerkki

Euroopan Unionin ympäristömerkki eli EU-Kukka perustettiin vuonna 1992. EU-Kukka myönnetään tuotteelle, joka täyttää sille määrätyt kriteerit. Kriteeristön toteutumista ja merkin myöntämistä valvovat eri jäsenmaissa eri organisaatiot. Suomen valvonnasta ja merkin

hoitamisesta vastaa Ympäristömerkintä. Merkki toimii ympäristönhallintajärjestelmänä kulutustuotteita tarjoaville yrityksille ja sitä käytetään EU- ja ETA-maissa. Merkin vaatima kriteeristö laaditaan tutkimusten perusteella ja ne vaihtelevat hieman toimialasta riippuen. Kriteeristö on rakennettu siten, että merkkiä käyttävä tuote on ympäristön kannalta vastuullinen niin nyt kuin tulevaisuudessakin. Osa kriteereistä on kaikille pakollisia, kun taas osa on vapaaehtoisia ja hakija saa päättää itse, mitkä vapaaehtoisista kriteereistä täytetään. Merkki myönnetään hakijalle tietyksi ajaksi ja tietyin väliajoin merkityt tuotteet tarkastetaan ja tarkastuksen perusteella päätetään, saako merkin käyttöä jatkaa. Tällä hetkellä EU-kukkaa käyttää pelkästään Suomessa lähes tuhat eri tuotetta. (Ympäristömerkki 2012a.)

EU-Kukan kriteeristö on määritelty erikseen 28 eri tuoteryhmälle. Tuoteryhmien joukossa on esimerkiksi vaatteita ja asusteita, painotuotteita, eri kemikaaleja ja huonekaluja. (Ympäristömerkki 2012b.) Eri merkinnät helpottavat kuluttajien valintaa tuotteiden välillä ja EU-Kukka on yksi näistä merkeistä. Koska merkki on tunnettu ympäri Eurooppaa ja sen kriteeristö on tiukka, kuluttaja voi luottaa siihen, että tuote on varmastikin ympäristön kannalta paras vaihtoehto muiden vastaavien tuotteiden joukossa. Yrityksille merkki on helppokäyttöinen ja sen hakemisprosessi on määritelty selkeästi. Kaikki hakemusta varten tarvittava materiaali ja kriteeristö on saatavilla internetistä ja myös hakemuksen voi täyttää ympäristömerkkisivuston kautta. (European Commission 2012b.)

EU-Kukka on eri tuotteilla usein käytetty ympäristömerkki, mutta esimerkiksi majoitusalaalla merkki on lähes tuntematon ja sitä käyttävät vain harvat suomalaishotellit. Suomalaisista hotelleista helsinkiläinen Hotelli AVA on hakenut ja saanut merkin ja käyttää sitä toiminnassaan. Hotelli AVA sai merkin lokakuussa 2012. (Ympäristömerkki 2012g.)

4.4 Tunnetut ympäristönhallintajärjestelmät hotelleissa

Yritysvastuullisuusvaatimusten kasvaessa ja matkailualan kilpailun kiristytessä monet hotellit ovat ottaneet käyttöön ympäristönhallintajärjestelmän. Hallintajärjestelmä auttaa hotellia suunnittelemaan toimintaansa yhteiskunnan kannalta vastuullisesti. Osa yksittäisistä hotelleista ja hotelliketjuista on ottanut käyttöön valmiin järjestelmän (esimerkiksi The Green Key tai ISO 14001) ja osa taas on rakentanut kokonaan oman. Oman järjestelmän luominen on hankalampaa kuin

valmiin järjestelmän käyttäminen, koska suunnittelutyö vie yritykseltä paljon resursseja. Oman järjestelmän edut voivat kuitenkin olla paljon suuremmat kuin valmiin järjestelmän, koska tällöin hotelli voi rauhassa päättää oman vastuullisuusstrategiansa ja sen, mihin kohtiin se haluaa panostaa toiminnassaan. Vaikka eri hallintajärjestelmien määrä hotellialalla kasvaa, osa toimijoista ei silti ole vielä ottanut mitään vastuullisuusohjelmaa käyttöönsä. Osasyynä tähän ratkaisuun saattaa olla tiedon puute, epävarmuus siitä, miten järjestelmä sopii hotelliin ja se, kuinka järjestelmä lähtisi toimimaan hotellissa. Ongelmista huolimatta jotkut järjestelmät ovat jo saavuttaneet useita satoja käyttäjiä ympäri maailman. (Ecological 2012.)

4.4.1 Green Key –järjestelmä

The Green Key on matkailu- ja virkistysalan vapaaehtoinen ympäristönhallintajärjestelmä, jonka tavoitteena auttaa yritystä kehittymään ympäristö- ja yhteiskuntavastuuasioissa. Järjestelmä perustettiin vuonna 1994 Tanskassa (Foundation for environmental education 2012.) Sen avulla yritys voi kouluttaa työntekijöitään, hyödyntää paremmin kestävää teknologiaa toiminnassaan, vähentää energian ja raaka-aineiden kulutusta ja toimia ympäristön kannalta vastuullisesti kaikilla eri osa-alueillaan. Tällä hetkellä The Green Keytä hyödyntää yli 1800 yritystä 36:ssa eri maassa. (Green Key 2012a.) The Green Keyn ideana on edistää kestävä matkailua ja ilmastosuojelua palkitsemalla niitä palveluntuottajia, jotka haluavat edistää matkailun vastuullisuutta. Green Keyn avulla voi kouluttaa niin yrityksiä ja niiden henkilökuntaa kuin yhteisöjäkin. (Foundation for environmental education 2012.)

The Green Keyllä on omat kriteerit eri matkailu- ja virkistysyrityksiä varten. Hotelleilla kriteeristö rakentuu viiden eri pääkohdan eli pilarin varaan. Sertifikaattia tavoittelevat hotellit joutuvat täyttämään näiden pilareiden vaatimukset, jotta sitä voidaan hyödyntää tulevaisuudessa. Kriteeristö ja sen pilarit sisältävät ohjeistuksen esimerkiksi vedenkulutukselle, kierrätykselle, energiankulutukselle, asiakkaiden opastukselle, elintarvikkeiden käytölle ja koulutukselle. Pilarit käsittelevät mm. henkilöstön ja omistajien koulutusta ja asiakkaiden opastamista vastuullisuudessa, ympäristön suojelua vähentämällä hotellien ympäristövaikutuksia, ympäristöjohtamisstrategiaa, joka vähentää hotellin yleistä kulutusta ja sitä kautta tuo rahallisia säästöjä ja markkinointistrategiaa, joka hyödyntää The Green Key –sertifikaattia matkailualan vastuullisuuden vahvistamista sekä yksittäisen yrityksen, että koko alueen ja sen

matkailuyritysten parissa (Green Key 2012b.) The Green Keyllä on eri maissa omat operoijat, jotka vastaavat järjestelmän valvonnasta ja esimerkiksi sertifikaattihakemuksista. Alueellisia operoijia koulutetaan vuosittain, jotta sertifikaattia hakevat yritykset saavat uusimman ja parhaan mahdollisen tiedon omaa hakemustaan koskien. Samalla myös vaatimukset pysyvät jatkuvasti ajan tasalla ja kuluttajat sekä muut sidosryhmät voivat luottaa siihen, että sertifikaatin standardit ovat samat joka maassa. (Foundation for environmental education 2012.)

4.4.2 LEED-sertifikaatti

LEED-sertifikaatti eli Leadership in Energy and Environmental Design on yksi maailman johtavista rakennusten ympäristösertifiointiohjelmista. Se on amerikkalainen ympäristöluokituskeino, joka pisteyttää rakennuksessa tehtyjä erilaisia materiaali-, vesi- ja energiaratkaisuja. (Pöyry 2012.) Sertifikaatti voidaan myöntää rakennukselle, joka täyttää sertifikaatin asettamat kriteerit ympäristö- ja yhteiskuntavastuullisuudessa. Sertifikaatin tarkoituksena on osoittaa, että sitä kantava rakennus on edelläkävijä rakennustekniikassa ja ympäristövastuussa. Sertifikaattia voidaan rakennusten lisäksi hyödyntää myös aluesuunnittelussa, terveydenhuollossa ja sisustuksessa. (Erms/Fimera Oy 2012.)

Sertifikaatti paitsi osoittaa rakennuksen tai alueen olevan edelläkävijä vastuullisuudessa, myös tuo etuja kantajalleen. Sertifikaatin avulla alue tai rakennus saa ekologistia ja taloudellisia etuja mm. käyttökustannusten alentuessa, energiankulutuksen vähentyessä, kaatopaikkamaksujen laskiessa ja erilaisten turvallisuustekijöiden kautta. LEED-sertifikaattia hyödyntävä toimija saa siitä myös tehokkaan markkinointiavun: markkinoiden ja kilpailun kiristyessä ympäristön kannalta vastuulliset toimijan voivat saada edun ilman sertifiointeja ja ympäristönhallinta-järjestelmiä toimiviin nähden. (Erms/Fimera Oy 2012; US Green building council 2012.)

Suomessa LEED-sertifioinnin edelläkävijä on Pöyry, 150 maassa toimiva suunnittelu- ja konsultointiyhtiö. Yhtiö vastaa esimerkiksi rakennuksen sertifioitavuuden arvioinnista, selvityksistä ja erilaisista katselmuksista ja koko sertifiointiprosessista. Yritys haluaa tarjota osaamistaan rakennusyrityksille, jotta ne saavat käyttöönsä tarvittavat työkalut ympäristön kannalta kestäväan rakentamiseen ja erilaisiin rakennusratkaisuihin. (Pöyry 2012.) Hotellien toiminnassa LEED-järjestelmä on vielä harvinaisempi, koska monet hotellit toimivat vanhoissa

rakennuksissa, joiden rakentamisen aikaan järjestelmää ei vielä ollut tai se oli monille tuntematon. Tulevaisuudessa uusia hotellirakennuksia suunniteltaessa onkin hyvä ottaa huomioon LEED-järjestelmä ja mahdollisesti rakentaa järjestelmän vaatimusten mukaisesti. (Friess 2012.)

4.4.3 Green Globe –järjestelmä

Green Globe -järjestelmä on matkailualan yrityksille kehitetty ympäristöhallintajärjestelmä. Se mittaa alalla olevien yritysten ja niiden sidosryhmien suoritusta ympäristövastuun näkökulmasta. Järjestelmä koostuu 337 eri indikaattorista, joita hyödynnetään 41 erilaisessa kestävän kehityksen kriteerissä. Indikaattorit ja järjestelmät vaihtelevat eri alueiden ja maantieteellisten erojen perusteella. Green Globen kriteeristöä päivitetään kahden vuoden välein ja kriteeristö perustuu pääsääntöisesti kansainvälisiin kestävän matkailun kriteereihin, niiden perusteella tehtävään yhteistyöhön, ISO 14001 -sertifikaattiin, Yhdistyneiden Kansakuntien kestävää kehitystä käsittelevään Agenda 21-toimintaohjelmaan ja kestävän kehityksen periaatteisiin. (Green Globe 2012a.) Yksi sertifikaatin eduista on sen monipuolisuus. Green Globe toimii hyvin yhteen muiden eri ympäristöhallintajärjestelmien kanssa. Yksi sertifikaatin ideoista onkin se, että sen ydinajatus tukee muita sertifikaatteja, joita Green Globea käyttävä yritys saattaa hyödyntää. (Green Globe 2012b.) Sertifikaatin periaatteiden toteutumista ohjataan ja valvotaan tarkastusten ja yritykselle määrättävän auditoinnin avulla. Auditoinnin suorittava toimija tekee töitä yhdessä sertifikaatin alla olevan yrityksen kanssa ja voi näin jatkuvasti tarkkailla ja antaa kehitysehdotuksia yritykselle. (Green Globe 2012a.)

Green Globen kriteeristö koostuu eri osa-alueista ja se perustuu helposti mitattavaan ja kestäväan johtamismalliin. Green Globea hakevan yrityksen on aluksi rakennettava kestävä ja toimiva johtamismalli, joka käsittää vastuullisuusstrategian ja vastuullisen toimintamallin. Strategiaan tulee kirjata eri sosiaalisen, ympäristöllisen ja taloudellisen vastuun periaatteita, joiden mukaan yrityksen on järjestettävä tuleva toimintansa. Järjestelmää hakevan yrityksen on edellä mainittujen kohtien lisäksi esimerkiksi täytettävä kaikki paikallisten lakien ympäristöä koskevat vaatimukset, järjestettävä vaadittava koulutus henkilöstölle, mitattava asiakastyytyväisyyttä, noudatettava paikallisia rakennusmääräyksiä ja -ohjeita, täytettävä terveys- ja turvallisuusvaatimukset ja tiedotettava sekä alueen asukkaita että yrityksen asiakkaita kestävän

kehityksen ohjeista, eri järjestelmistä ja toimintamalleista. (Green Globe 2012c.)

4.5 Joutsenmerkki

EU-Kukan ollessa koko Euroopan Unionin ja ETA-maiden laajuinen, Joutsenmerkki on Pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki ja -hallintajärjestelmä. Joutsenmerkki perustettiin vuonna 1989 ja sen tarkoitus on merkitä kestävästä kehityksestä ja ympäristön kannalta vastuullisia tuotteita tai palveluita. (Ympäristömerkki 2012c.) Joutsenmerkkejä on myönnetty useiden eri tuotteiden lisäksi eri palveluntarjoajille kuten hotelleille ja ravintoloille. Merkki myönnetään hakemuksen perusteella määrääjäksi merkin vaatimat kriteerit täyttävälle tuotteelle tai palvelulle. Kuitenkin siten, että vain noin 20–30% eri ryhmien tuotteista tai palveluista voi saada merkin. Joutsenmerkittyjen tuotteiden ja palveluiden määrärajoitusten taustalla on se, että merkkiä myöntävä komitea haluaa tarjota kuluttajille niin sanotun tavallisen vaihtoehdon ja Joutsenmerkityn vaihtoehdon ja kannustaa tällä ympäristön kannalta vastuulliseen valintaan. (Ympäristömerkki 2012d.)

Joutsenmerkki-kriteeristö on määritelty tarkasti eri tuoteryhmittäin aina palveluntarjoajista pesuaineisiin ja lasten leluihin. Kriteerit on laadittu Pohjoismaiden välisenä yhteistyönä ja jokainen maa saa vaikuttaa niiden laadintaan. Virallinen kriteeristö vahvistetaan lautakunnan virallisen lausunnon jälkeen. Lautakunta koostuu eri Pohjoismaiden omien ympäristömerkintä-lautakuntien jäsenistä, jotka vastaavaan aina oman maansa ympäristömerkkihakemuksista ja merkin myöntämisestä. Saadakseen merkin hakijan tulee täyttää sille asetetut kriteerit, saavuttaa tietty määrä pisteitä eri toiminta-alueissa ja todistaa nämä lausuntojen ja virallisten todistusten avulla. Kuten EU-Kukka, myös Joutsenmerkki myönnetään tuotteelle tai palvelulle määrääjäksi eli noin 3-5 vuodeksi. Määräaikaisuus takaa sen, että merkkiä käyttävä toimija muistaa jatkuvasti seurata ja päivittää toimintaansa, jotta kriteerit täyttyisivät myös tulevaisuudessa. Joutsenmerkki-lautakunta tarkistaa ja uudistaa kriteeristöä määrääjain lainsäädännön muuttuessa ja eri teknologioiden kehittyessä. (Ympäristömerkki 2012e.)

Vuonna 2010 Joutsenmerkistä vastaava lautakunta päätti Joutsenmerkille vuoteen 2015 ulottuvan vision. Vision mukaan Joutsenmerkki tulee olemaan vuonna 2015 yksi parhaista

vapaaehtoisuuteen perustuvista ympäristöhallintajärjestelmistä. Merkki tulee olemaan tehokas suunnannäyttävä kuluttajille, jotka etsivät vastuullisia vaihtoehtoja. Kuluttajien valitessa yhä useammin Joutsenmerkittyjä tuotteita niiden markkinaosuus muiden tuotteiden joukossa kasvaa ja näin myös merkin kriteeristöä voidaan tiukentaa ja laajentaa ja tuottajilta vaatia yhä enemmän toimia vastuullisuuden edistämiseksi. Joutsenmerkittyjen tuotteiden ja palveluiden menekin kasvaessa merkistä tulee myös yksi merkittävimmistä kilpailukeinoista markkinoilla. (Norden 2012.) Visio ja toimet sen saavuttamiseksi ovat alkaneet tuottaa tulosta, sillä lokakuussa 2012 Taloustutkimus listasi Joutsenmerkin Suomen neljänneksi arvostetuimmaksi brändiksi yli tuhannen muun joukosta. Listaus pohjautui kyselyyn, joka toteutettiin kesällä 2012. (Ympäristömerkki 2012f.)

4.5.1 Joutsenmerkitty hotelli

Ympäristömerkittyjen hotellien ja majoitusliikkeiden määrä maailmassa kasvaa jatkuvasti. Kuten aiemmin jo todettiin, eri hotelliketjut ja yksittäiset hotellit haluavat muuttaa toimintaansa vastuullisempaan suuntaan jo pelkästään siksi, että ympäristöystävällisyydestä on tullut merkittävä kilpailukeino. Esimerkiksi Rezidor hotel group on rakentanut oman vastuullisuusjärjestelmänsä, joka rakentuu kolmen peruspilarin ympärille. Pilarit määrittelevät hotellin turvallisuusasiat, sosiaaliset ja eettiset periaatteet sekä ympäristövaikutukset ja toimet niiden vähentämiseksi. (Rezidor Hotel Group 2012a.) Suomessa esimerkiksi Sokos Hotels -ketju on ottanut käyttöön uuden ympäristöpolitiikan ja hakenut ja saanut sen seurauksena Joutsenmerkin neljälle Sokos Hotelleille ja kaikille S-ryhmään kuuluville Radisson Blu -hotelleille. (Sokos Hotels 2012.)

Joutsenmerkittyjen hotellien määrä Pohjoismaissa kasvaa jatkuvasti. Yhteensä Pohjoismaissa on jo yli 400 merkittyä hotellia. (Ympäristömerkintä 2011.) Ruotsi on ollut jo pitkään suunnannäyttävä ympäristömerkittyjen hotellien osalta, sillä maassa on noin 300 Joutsenmerkittyä hotellia ja määrä kasvaa jatkuvasti. (Svanen.se 2012.) Joutsenmerkityn hotellin suurin ero niin sanottuun tavalliseen hotelliin on energiankulutuksen määrä: merkitty hotelli kuluttaa usein huomattavasti vähemmän energiaa kuin merkitsemätön hotelli. Joutsenmerkityn hotellin energiatehokkuus perustuu energiansäästöön ja vaihtoehtoisiin menetelmiin kaikissa hotellin perustoiminnoissa. Valaistus on vaihdettu ajastetuksi tai liiketunnistuksella toimivaksi ja pääsääntöisesti LED-pohjaiseksi. Hotellihuoneiden sähköt kytkeytyvät pois päältä asiakkaan ollessa pois huoneesta.

Minibaareista on tehty energiatehokkaampia ja huone-TV on valittu ympäristöä säästävästi. Lämmitys hoidetaan ottamalla talteen hukkalämpöä, rakentamalla tiiviisti ja hyödyntämällä esimerkiksi jätevedestä tai poistoilmasta syntyvää lämpöä. Näiden toimien lisäksi hotellien henkilökuntaa koulutetaan ja käyttöön otetaan esimerkiksi ohjeistukset paperinkäytöstä ja jätteen lajittelusta. Koulutuksen avulla varmistetaan, että ympäristöasiat ovat kaikille selkeitä ja hotelli to-della toimii Joutsenmerkin arvoisesti. (Ympäristömerkintä 2011.)

Monet hotellit toimivat jonkin ympäristöjärjestelmän mukaisesti ja noudattavat järjestelmän asettamia ohjeita, jotta ympäristö voisi hyvin ja yritys itse saisi myös jatkossa käyttää merkkiä. Osittain ympäristönhallintajärjestelmien ja niiden yleistymisen seurauksena vastuullisuudesta on tullut kova kilpailukeino ja monet yritykset tekevät lähes mitä tahansa saadakseen merkin. Kilpailun kääntöpuolelle on syntynyt yrityksiä, jotka tarjoavat kalliita ympäristömerkkejä vailla mitään vaatimuksia toimista vastuullisuuden edistämiseksi. Nämä merkit näyttävät ulkopuolisille yrityksen olevan vastuullinen, mutta tosiasiassa vastuulliset teot ovat hyvin pieniä tai niitä ei ole lainkaan. (Kuehnel 2011; TerraChoice 2012.)

5 Restel-konserni ja hotelli Cumulus Hakaniemi

Restel-konserni on yksi Suomen suurimpia hotelli- ja ravintola-alan organisaatioita. Se hallinnoi useita eri hotelli- ja ravintolaketjuja tytäryhtiöidensä kautta ympäri Suomea. (Osuuskunta Tradeka-Yhtymä 2012; Vuosikertomus 2011 - Restel, 6-7.) Restel omistaa 49 hotellia ja yli 240 ravintolaa ja työllistää 4989 henkilöä. Konsernin tunnetuimpia ovat mm. Cumulus-hotellit ja Rantasipi- sekä Holiday Inn -ravintolat. Organisaation tarjonta on laajaa ja sillä on erityyppisiä hotelleja ja ravintoloita aina kokous- ja kongressihotelleista yökerhoihin ja pubeihin. (Restel 2012a.) Restelin visiona ja missiona on tuottaa iloa, hyvää oloa asiakkailleen ja olla oman alansa johtaja ympäri Suomea kaikilla toiminta-alueillaan. Restel haluaa panostaa palveluidensa laatuun ja imagoon, jotta se voi kehittää toimintaansa ja sitä kautta laajentaa markkinoitaan ja toiminta- aluettaan. Vuonna 2011 konsernin liikevaihto oli 379,8 miljoonaa euroa ja verrattuna edelliskauteen kasvua tuli 6,3 %:a. (Vuosikertomus 2011 - Restel, 9.)

5.1 Restel-konserni haluaa kehittää ympäristöstrategiaansa

Viime vuosina Restelin tarkoitus on ollut hotellien kaupallisten toimintojen kehittäminen. Uuden teknologian hyödyntäminen mm. markkinoinnissa ja myynnissä sekä kapasiteetin hallinnassa ja hotelliöypymisten hinnoittelussa on ollut tärkeää liiketoimintaa kehittäessä. Erityisesti markkinointi ja myynti ovat konsernin jatkuvana kehityksen kohteena. Kumpaankin osa-alueeseen halutaan panostaa vahvasti nyt ja tulevaisuudessa: Restel palkkaa markkinoinnin ja myynnin ammattilaisia ja uusien henkilöiden kautta yritys on saanut osa-alueisiin uusia näkökulmia ja sitä kautta myös muutoksia. Se myös haluaa kehittää henkilöstöään tarjoamalla mahdollisuuksia koulutukseen, uusiin haasteisiin ja urakehitykseen. (Vuosikertomus 2011 - Restel, 20–21.) Teknologian kehittyessä erityisesti sähköinen liiketoiminta ja sen mahdollisuudet korostuvat: Restel on panostanut esimerkiksi sähköiseen kaupankäyntiin liiketoiminnassaan. Markkinointi- ja myyntitoimet ovat tuoneet tulosta ainakin ulkomaisten asiakkaiden parissa, sillä esimerkiksi venäläisten hotellivieraiden määrä on kasvanut. Osasyynä venäläisten matkailijoiden määrän kasvuun on konsernin mukaan ollut Allegro-junan nopea kulku Pietarin ja Helsingin välillä (Vuosikertomus 2011 - Restel, 12–13.)

Markkinoinnin ja myynnin lisäksi konserni haluaa huomioida ympäristönäkökohdat toiminnassaan. Ympäristövastuuasiat ovat Restelille strategisesti tärkeä kohta liiketoimintaa suunniteltaessa ja niiden merkitys kasvaa jatkuvasti. (Vuosikertomus 2011 - Restel, 22-23.) Kuluttajien tietoisuuden kasvaessa vaatimukset palveluntarjoajia kohtaan kasvavat ja tällöin järkevä strateginen suunta on ottaa ympäristöasiat huomioon koko liiketoiminnassa. (Green hotels & responsible tourism initiative 2010b.) Nämä vaatimukset kohdistuvat myös Resteliin ja sen yhteistyökumppaneihin. Konserni on jo kymmenen vuoden ajan kehittänyt ympäristövastuuasioitaan mm. rakentamalla strategioita ja ympäristösuunnitelmia eri toimipaikoille. Se haluaa sitouttaa työntekijänsä yhteisiin ympäristötavoitteisiin mm. oman ympäristöhallinnon avulla (Restel 2012a). Eniten kehitystä on tapahtunut energiankulutuksessa ja kierrätyksessä. Koska Restel haluaa hyödyntää ympäristöstrategiansa myös markkinointikeinona, se tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden osallistua ympäristövastuulliseen toimintaan. Konsernin ympäristötoimet ovat vasta alkaneet ja tulevaisuudessa se aikookin kehittää mm. hiilijalanjäljen laskentajärjestelmiään, jotta ne saadaan toimimaan kaikissa hotelleissa ja tuottamaan yhä enemmän informaatiota toiminnan kehittämistä ajatellen. (Vuosikertomus 2011 - Restel, 22-23.)

5.2 Hotelli Cumulus Hakaniemi

Yksi Restel-konsernin omistamista hotelliketjuista on Cumulus-hotelliketju. Cumulus-hotelli on koko Suomen kattava hotelliketju, jolla on 27 hotellia ympäri Suomea. Hotellit sijoittuvat aina lähelle palveluita ja tärkeitä matkailukeskuksia, jotta kohteen tapahtumat ovat helposti asiakkaan tavoitettavissa. Kaikki ketjun hotellit haluavat tarjota asiakkailleen korkealaatuisia palveluita aina liikematkustajista vapaa-ajan matkailijoihin ja perheisiin. (Cumulus 2012a; Hotellimaailma 2013; Rantapallo Oy 2013.) Ketju haluaa osoittaa olevansa yksi Suomen parhaista kotimaisista hotelliketjuista ja merkinä siitä sille on myönnetty Avainlippu-alkuperämerkki, joka myönnetään kotimaisia arvoja korostaville tuotteille ja palveluille (Cumulus 2012a; Avainlippu 2012). Kotimaisuuden lisäksi Cumulus-ketju panostaa ympäristövastuuseen. Ympäristöstrategia ja -ohjeistus noudattavat emoyhtiön eli Restel-konsernin määräämää suuntaa ja ympäristöohjelmaa. (Cumulus 2012b.)

Hotelli Cumulus Hakaniemi on yksi Cumulus-ketjun uusimmista hotelleista. Hotelli sijaitsee Helsingin Hakaniemessä ja siinä on 152 huonetta ja sen palveluihin kuuluvat mm. ravintola aamiais- ja lounastarjoiluineen, kokoustilat, kuntosali sekä asiakassaunat. (Cumulus 2012c.) Vuonna 2012 hotellista tuli ensimmäinen Cumulus-ketjun hotelleista, joka hakee Joutsenmerkkiä toiminnalleen. Hotelli tulee toimimaan esimerkkinä ketjulle, jos Joutsenmerkkiä päätetään hakea myös muille Cumulus-hotelleille.

6 Case Joutsenmerkki

Restel-konserni päätti vuoden 2012 alussa haluavansa Joutsenmerkin Cumulus-hotelliketjulle. Joutsenmerkkiprojekti päätettiin aloittaa siten, että merkkiä haettaisiin aluksi vain yhdelle hotellille. Hotelliksi valikoitui uusi hotelli Cumulus Hakaniemi. Projektin alussa nimettiin vastuutyöryhmä. Työryhmään kuuluivat Cumulus Hakaniemen hotelli- ja ravintolapäällikkö Mikaela Pomrén ja vastaanottovirkailija Assi Elsayed, Restel-konsernin hallinnosta Kirsi Kärkkäinen ja konsernin ulkopuolelta ympäristökouluttaja Erja Mähönen ja minä opinnäytetyön ja ohjeistuksen (Liite 1.) tekijänä.

6.1 Joutsenmerkin hakuprosessi aloitetaan

Ensimmäinen Hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsentarkastus pidettiin 10.9.2012. Alkutarkastuksen tarkoituksena oli käydä läpi hotelli- ja hostellitoiminnan Joutsenmerkkikriteerit ja hakijahotellin tämänhetkinen tilanne. Kriteeristö käytiin läpi kohta kohdalta ja samalla jaettiin vastuualue jokaiselle Joutsenmerkki-projektissa mukanaolevalle henkilölle. Käymällä läpi kriteeristö ja vastuualueet varmistettiin, että jokainen varmasti ymmärtää, mitä hakemuksen eri kohdat tarkoittavat ja mitä hakemukseen vaaditaan.

Alun suunnittelu ja alkutilan kartoitus olivat koko prosessin tärkeimpiä kohtia hakemuksen onnistumisen kannalta. Niiden merkitys korostui myös ohjeistuksessa, johon tuli suunnittelua varten oma kappaleensa, jotta ohjeistusta hyödyntävä yritys muistaisi ottaa suunnittelun ja kartoituksen merkityksen huomioon hakemuksen alkuvaiheessa.

6.1.1 Hakuprosessin suunnittelun aloittaminen ja toimitilojen kartoitus

Kun kriteeristö oli pääpiirteittäin selvä ja hakemus oli käyty läpi, työryhmä tarkasti hotellin keittiön, aula- ja vastaanottotilat, huone-esimerkit, jätteidenlajittelupisteen, työntekijöiden tilat sekä saunatilat. Käymällä läpi eri tiloja työryhmä näki, mitä tuotteita ja tuotemerkkejä hotelli käyttää päivittäisessä toiminnassaan ja ovatko tuotteet Joutsenmerkki-hakemukseen sopivia vai eivät. Koska hotellien energiankulutus on runsasta, suurin huomio ensimmäisessä

tarkastuksessa keskittyi erityisesti valaistukseen, sisäilman lämpötilaan, lämmitykseen ja eri toimistolaitteisiin. Jo tässä vaiheessa suunniteltiin, mitä muutoksia voidaan tehdä heti ja mitkä vaativat enemmän aikaa sekä luvan konsernin hallinnolta. Koska Joutsenmerkki on määräaikainen ja sen säilyttäminen vaatii jatkuvaa toiminnan päivitystä, työryhmä sopi hotellin kanssa koulutustilaisuuden kaikille Cumulus Hakaniemen työntekijöille, jotta merkin vaatimuksista ja ympäristövastuusta tiedettäisiin ja niitä osattaisiin toteuttaa niin nyt kuin myös tulevana vuosina.

Tarkastuskierroksen jälkeen käytiin läpi kierroksen pääkohdat ja ne ajatukset, jotka jäivät päällimmäisinä mieleen. Kierroksen aikana heränneet ajatukset käytiin läpi ja niiden pohjalta selvitettiin mahdollisten muutosten tarve. Erityisesti hotellin saunaosastot ja huoneiden lämmitysjärjestelmät herättivät huomion tarkastuksen aikana: lattialämmitys oli tarkastetuissa huoneissa säädetty liian voimakkaaksi ja saunan kiuas oli päällä, vaikka saunaosasto itsessään oli suljettuna asiakkailta. Hotellin johtaja päätti kierroksen loputtua ottaa vastuulleen näiden asioiden selvittämisen ja sen, voiko niitä mahdollisesti muuttaa.

Sain tietää oman vastuualueeni (ohjeistuksen suunnittelu ja kirjoittaminen) ensimmäisessä kokouksessa ja pystyin tutustumaan Joutsenmerkkiin kunnolla etsimällä hakemukseen tarvittavaa tietoa. Sain tapaamisessa kattavat tiedot hakemisen syistä ja siitä, miten koko projekti tulisi etenemään. Samalla sovittiin myös koko hakemusprosessin aikatauluista.

6.1.2 Hakemuksen aikataulutus, hotellikierros ja koulutuksen suunnittelu

Joutsenmerkki-projektin toinen tarkastus pidettiin noin kuukausi ensimmäisen kokouksen jälkeen 15.10.2012. Tämän tarkastuksen tarkoitus oli kartoittaa, mitä tähän mennessä on tehty, missä vaiheessa hakemus on ja mitä vielä tulee tehdä, jotta hakemukseen vaadittavat pakolliset kohdat täytetään. Tarkastuksen alussa käytiin läpi se, mitä eri vastuualueilla on saatu aikaan ensimmäisen tarkastuksen jälkeen. Joutsenmerkkilautakunnan määrittelemät eri tuoteryhmälistat käytiin läpi kohta kohdalta ja ensimmäisen tarkastuksen jälkeen jaettujen vastuualueiden perusteella saatiin selville, mitkä kohdat Hotelli Cumulus Hakaniemi täytti ja mitä tulisi muuttaa, jotta saataisiin tarvittava määrä pisteitä hakemuksen hyväksymiseksi. Tarkastuksen alussa

laskettiin myös tämänhetkisten pisteiden määrä ja laskettiin, kuinka paljon pisteitä vielä puuttuu.

Alun hakemuksen tilakartoituksen jälkeen mitattiin vedenpaineen voimakkuus eri kerroksissa. Mittaus tehtiin mittaukseen tarkoitettulla kupilla, jonka Joutsenmerkkilautakunta hyväksyi hakemuksessa. Mittaus aloitettiin ylimmästä kerroksesta ja sieltä liikuttiin alaspäin aina kellarin parkkihalliin saakka. Mittaus aloitettiin ylhäältä, koska näin nähtiin, kuinka voimakkaasti vedenpaine nousee mentäessä lähemmäs päävesijohtoja. Ylimmissä kerroksissa vedenpaine oli hyvä ja riittävä eli se täytti asiakkaan tarpeet kuitenkin tuhlaamatta vettä. Kun liikuttiin kohti alempia kerroksia, paine nousi koko ajan. Alimmissa kerroksissa paine oli liian kova ja vettä valui hukkaan runsaasti. Mittauksen perusteella päätettiin tehdä ehdotus taloyhtiölle vedenpaineen laskemisesta. Hotellin asiakkaille riittäisi alhaisempi vedenpaine ja ravintolan keittiö pystyisi toimimaan edelleen nopeasti ja tehokkaasti.

Mittauksien jälkeen käytiin läpi tuleva hakemusaikataulu ja sovittiin Joutsenmerkin pohjalta järjestettävän ympäristökoulutuksen aikataulusta. Samalla sovittiin koulutuksen sisällöstä ja siitä, mitä hakemusta varten tulisi olla tehtynä koulutukseen mennessä. Opinnäytetyöni kannalta olin asettanut oman aikarajan tietoperustan valmistumiselle ja produktina tehtävän ohjeistuksen kirjoittamiselle. Toinen tarkastus ja aikataulun läpikäynti sekä eri pääkohtien tarkka käsittely antoi paljon uutta tietoa koko Joutsenmerkkiprojektista ja sain hyvää materiaalia ohjeistusta varten. Samaan aikaan myös ohjeistuksen rakenne alkoi hahmottua paremmin.

6.1.3 Koulutustilaisuus henkilökunnalle

Yksi Joutsenmerkin myöntämisen edellytyksistä on, että hakija järjestää henkilökunnalleen ympäristökoulutuksen, jossa kerrotaan Joutsenmerkistä ja sen aiheuttamista muutoksista hotellin päivittäisissä toimissa. Koulutuksen tarkoituksena on opastaa henkilökuntaa ja kertoa heille, miten merkin hakeminen ja sen mahdollinen saaminen vaikuttavat hotellin toimintaan ja henkilökuntaan. Hotelli Cumulus Hakaniemen koulutus pidettiin noin kaksi kuukautta työryhmän ensimmäisen kokouksen jälkeen 22.11.2012 hotellin omissa tiloissa Helsingin Hakaniemessä. Koulutuksen järjesti Miljöönääri Oy:n Erja Mähönen, joka on ollut mukana Joutsenmerkki-projektissa alusta saakka.

Koulutuksessa käytiin läpi Joutsenmerkki-prosessi, sen päävaiheet, vaikutukset hotellissa ja toimet, joita henkilökunnan tulee noudattaa jatkossa. Koulutus kesti kaksi tuntia ja sen aikana henkilökunnalle kerrottiin kattavasti hotelli- ja ravintolatoiminnan vaikutuksista ympäristöön ja toimista, joilla näitä vaikutuksia on mahdollista vähentää. Cumuluksen henkilökunta suhtautui koulutukseen positiivisesti jo alusta alkaen ja ymmärsi, että koulutukset ja opastukset tulevat olemaan tärkeä osa tulevaa, muuttuvaa ympäristöstrategiaa.

Koulutuksen alussa esiteltiin hotelli- ja ravintolatoiminnan yleiset vaikutukset ilmastoon ja ympäristöön: suuri energiankulutus, jätteet, paperinkäyttö ja esimerkiksi vedenkulutus.

Kouluttaja kertoi, kuinka nämä eri asiat vaikuttavat ympäristöön ja kuinka suurta kulutus on esimerkiksi Cumulus Hakaniemessä. Nykytilan ja yleisen tiedon läpikäynnin jälkeen käytiin läpi niitä keinoja, joilla nykyistä kulutusta voi vähentää tai tehdä muuten ympäristöystävälliseksi.

Näihin keinoihin kuuluivat ne, jotka ovat välttämättömiä merkin saamisen kannalta sekä ne, joita hotelli pystyisi helposti muuttamaan, mutta jotka eivät kuitenkaan ole pakollisia. Myös työntekijät saivat antaa ideoita ja omia ajatuksiaan mahdollisia muutoksia suunnitellessa.

Tavallisimpien ympäristövaikutusten käsittelyn jälkeen käytiin läpi kerrossiivous. Tässä osassa käytiin läpi kerrossiivouksen merkitys hotellissa ja ne resurssit, joita laadukas siivous vaatii. Jotta siivous toimii tehokkaasti ja hyvin, se tarvitsee sopivat aineet pesuun ja puhdistukseen. Tällä hetkellä hotellilla on oma kerrossiivouspalvelu, jonka toimintaa halutaan tukea hotelli- ja konsernitasolla. Tähän tukeen kuuluu mm. se, että siivoajille annetaan parhaat mahdolliset työvälineet ja uudet siivoajat perehdytetään tehtäviinsä. Koulutuksessa painotettiin sitä, kuinka tärkeää siivouksessa on oikeiden ainemäärien annostelu ja käytettyjen siivoustarvikkeiden kierrätys. Monet siivouksessa käytetyt aineet ja tarvikkeet ovat haitallisia luonnolle, joten on tärkeää, että niiden käyttöä opastetaan tarkasti. Kerrossiivouksen yhteydessä käsiteltiin myös liinavaatehuolto ja esimerkiksi vuodevaatteiden ja pyyhkeiden pesu. Hotelli Cumulus Hakaniemi pesettää liinavaatteensa ympäristömerkittyjä pesuaineita käyttävässä Comforta-pesulassa pääkaupunkiseudulla. Ulkoistamalla liinavaatepesun hotelli säästää paitsi rahaa, myös luontoa, koska Comfortalla on valmiiksi ympäristön kannalta tehokkaat pesumenetelmät.

Siivouksen jälkeen käsiteltiin hotellin ravintolatoimintaa. Keittiö- ja ravintolatoiminnoissa on tärkeää, että alueen vastuuhenkilö tietää, miten eri toimet keittiössä (esimerkiksi jätteiden lajittelu, sähkönkulutus ja veden turha juoksutus) vaikuttavat ympäristöön ja miten niitä voi vähentää helposti. Hotelli Cumulus Hakaniemessä hotellipäällikkö toimii myös ravintolapäällikkönä, joten hänellä on ylin vastuu ravintolan toiminnasta ja esimerkiksi tuotetilauksista. Koulutuksessa käytiin läpi keittiön suurimmat energiankuluttajat (sähkölaitteet ja vesihanat), mahdolliset muutokset niiden käytössä (ajastimet, valaistus, sähkölaitteiden vaihto) ja raaka-aineiden käyttö. Usein ravintolan ja erityisesti keittiön sähkön- ja vedenkulutus on runsasta. Koulutuksessa pyrittiin painottamaan niitä keinoja, joita jokainen pystyy tekemään vähentääkseen turhaa vedenjuoksutusta ja sähkönkulutusta esimerkiksi sammuttamalla vesihanat, asettamalla automaattisia hanoja ja sammuttamalla poissa käytöstä olevat sähkölaitteet ja turhat valaisimet.

Samalla tavalla käytiin läpi keittiön raaka-aineiden käyttö ja erityisesti tilaukset ja kierrätys. Kun uusia tuotteita tilataan ja vanhoja täydennetään, on tärkeää, että valitaan paitsi laadukkaita tuotteita, niin myös ympäristöystävällisiä tuotteita. Joutsenmerkki vaatii merkin myöntämistä ajatellen vain yhden ympäristömerkityn tuotteen (esimerkiksi reilun kaupan tee) käyttöä. Tämän lisäksi olisi kuitenkin hyvä, jos ravintola resurssiensa puitteissa yrittäisi tukea kotimaisia tuottajia ja jopa lähialueen tuottajia. Kun näitä tuotteita sitten käytetään, ne tulisi hyödyntää kokonaan, jotta turha hävikki vältetään ja jätteen määrä laskee. Ravintolan toiminnassa syntyy aina jätettä ja paitsi, että sen määrää pyritään vähentämään, on myös tärkeää, että kaikki syntyvä jäte lajitellaan oikein. Oikea lajittelu niin asiakkaalle kuin henkilökunnalle mahdollistetaan selkeällä opastuksella ja oikeilla jätetasteilla.

Lopussa käytiin vielä läpi Joutsenmerkin tuomat edut ja erityisesti ne kohdat, joista on hyötyä Cumulus Hakaniemelle jatkossa ja miten jo aiemmin merkin saaneet suomalaiset hotellit ovat hyöttyneet merkistä. Paitsi myynnillisiä etuja, merkki tuo myös vaatimuksia. Koska Joutsenmerkin kriteeristöä tarkistetaan ja päivitetään, hotellin on pidettävä yllä merkin vaatimaa tasoa ja pyrittävä liikkumaan koko ajan kohti entistä ympäristöystävällisempää toimintaa. Ympäristön kannalta parempien vaihtoehtojen määrien kasvaessa on hyvin todennäköistä, että Joutsenmerkin kriteerit tiukentuvat, jolloin merkin hakemisesta tulee vaativampaa. Tällöin Hotelli Cumulus Hakaniemellä on toimintaetu, koska sillä on jo merkki ja se voi rauhassa tehdä

pieniä muutoksia toiminnassaan, jotta mahdolliset uudet kriteerit tulevat myös täytetyiksi.

Koulutuksen tärkeys koko hakuprosessissa on tuotu esille ohjeistuksessa. Koska koulutus on se työkalu, jolla prosessi tuodaan lähelle tavallisia työntekijöitä, se on avattu ja selitetty ohjeistuksessa selkeästi. Ohjeistuksessa on kuva koulutuksen rakenteesta, joka tukee tekstiä ja helpottaa lukijan ymmärtämistä.

6.2 Joutsenmerkkihakemuksen täyttäminen

Kolmas Joutsenmerkkihakemukseen ja liittyvä kokous pidettiin noin neljä kuukautta ensimmäisen kokouksen jälkeen 31.12.2012. Kokouksen tarkoituksena oli lähettää hakemus ja tarkastaa, että kaikki hakemusta varten tarvittavat liitteet on saatu ja että ne ovat päteviä ja läpäisevät Joutsenmerkin kriteerit.

6.2.1 Hakemusta varten kerättyjen tietojen liittäminen internet-hakemukseen

Hakemukseen tulevat liitteet olivat erilaisia todistuksia ja lausuntoja hotellissa käytettyjen tuotteiden valmistajilta ja maahantuojilta ja niissä todistettiin oikeiksi tietyn tuotteen ympäristövaikutukset, esimerkiksi sähkön- ja vedenkulutuksen määrät sekä tuotteen käytöstä aiheutuvat mahdolliset päästöt ja vaihtoehdot niille. Liitteiden ja todistusten kerääminen oli yksi työläimmistä osuuksista koko projektissa. Esimerkiksi vedenkulutuksen mittaaminen ja jätteiden lajittelun sopiminen koko kiinteistön kanssa vei työryhmältä resursseja muista hotelliin liittyvistä töistä. Kun kaikki liitteet oli kerätty, ne ladattiin Joutsenmerkin hakemussivulle internetiin, josta ne siirtyisivät lautakunnan nähtäviksi ja joko hyväksyttäväksi tai hylättäväksi. Jos joku liitteistä ei kelpaisi, sen voisi helposti poistaa sivulta ja ladata tilalle uuden tiedoston. Pystyin myös itse lataamaan kaikki liitteet hakemussivulta opinnäytetyötäni varten, jolloin oma työni helpottui hieman.

Kun liitteet oli ladattu, työ siirtyi hetkellisesti Joutsenmerkkilautakunnalle. Lautakunta tarkasti hakemuksen ja sen vaatimat liitteet sekä merkkiä varten tehdyt muutokset ja koulutusjärjestelyt.

Jos lautakunta hyväksyy hakemuksen ja Cumulus Hakaniemi on maksanut hakemusmaksut, järjestetään auditointi, jossa hotelli esittelee muutokset lautakunnalle. Jos hakemus hylätään esimerkiksi puutteellisten liitteiden tai liian alhaisen pistemäärän (hotellin saatava tietty määrä pisteitä eri toiminnoista ja tuotteista, jotta hakemus hyväksytään) takia, hotellin on tehtävä muutoksia toimintoihinsa ja päivitettävä hakemus tehtyjen muutosten perusteella.

6.2.2 Joutsenmerkkihakemuksen lähettäminen

Kun hakemus saatiin lähetettyä, suurin osa produktia eli ohjeistusta varten tarvittavasta materiaalista oli valmiina ja pystyin aloittamaan produktin tuottamisen omien ja Cumulus Hakaniemen kanssa tehtyjen suunnitelmien perusteella. Ohjeistusta varten tärkeimmät asiat olivat nimenomaan perustiedot Joutsenmerkistä sekä ne asiat, joita ennen hakemuksen lähettämistä ja hakemusta lähetettäessä pitäisi tehdä. Olin jo aiemmin kirjoittanut Joutsenmerkistä oman tieto-osion ohjeistukseen, joten nyt aloin kirjoittamaan ohjeistusta hakemuksen valmistelun eri vaiheisiin aina alusta hakemuksen lähetykseen saakka. Yritin pitää kappaleet lyhyinä, helppolukuisina ja mahdollisimman yksinkertaisina, koska Cumulus Hakaniemi toivoi sitä. Kun ohjeistus pidettäisiin mahdollisimman yksinkertaisena, myös muiden Restel-konsernin hotellien olisi helppo hyödyntää sitä tulevaisuudessa.

Tarkastusten ja koulutuksen jälkeen hakemus käytiin läpi kohta kohdalta ja tarkastettiin, että kaikki vaaditut asiat täytetään, tarvittavat todistukset ja liitteet ovat valmiina. Hakemus täytettiin Joutsenmerkin internet-sivustolla erillisessä hakijalle suunnatussa osiossa. Kun hakemus oli lähetetty, seuraava vaihe tulisi olemaan Joutsenmerkkilautakunnan kautta järjestetty auditointi, jossa lautakunta tarkastaisi hakijahotellin, tässä tapauksessa hotelli Cumulus Hakaniemen.

6.2.3 Auditointi

Joutsenmerkkihakemukseen kuuluva auditointi järjestettiin hotelli Cumulus Hakaniemessä 19.2.2013. Auditoinnin tarkoituksena oli esitellä Joutsenmerkkilautakunnalle merkkiä hakeva hotelli ja ne syyt, joiden takia merkki pitäisi myöntää hotellille. Auditointia varten järjestettiin

päivä, jolloin hotellin oma Joutsentyöryhmä ja Joutsenmerkkilautakunnan työryhmä kokoontuivat tarkastamaan hotellia. Auditoinnin aikana käytiin läpi ne asiat, joita hotelli on tehnyt ja muuttanut merkkiä hakiessaan ja ne asiat, mitä hotelli tulisi tekemään ylläpitääkseen mahdollisen Joutsenmerkin haltijan vaatiman statuksen. Jokainen hakemuksen osa-alue käytiin kohta kohdalta läpi. Joutsenmerkkilautakunta kommentoi hakemusta ja antoi vinkkejä tulevaisuutta ajatellen.

Auditointitulaisuuden tuloksena hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsenmerkkihakemus hyväksyttiin ja hotellille myönnettiin Joutsenmerkki. Merkki on Joutsenmerkin ohjeistuksen mukaisesti määräaikainen ja hotellin on näin ollen jatkettava ympäristön huomioonottavaa työtään, jotta se täyttää merkin kriteerit myös tulevaisuudessa. Merkkiä tullaan hyödyntämään markkinoinnissa ja myynissä.

6.3 Joutsenmerkin hyödyntäminen hotellin eri toiminnoissa

Hotelli Cumulus Hakaniemi hyötyy Joutsenmerkistä. Merkki tulee olemaan tärkeä osa hotellin markkinointia: merkki näkyy hotellin ulkopuolella eri mainoksissa ja julkisivuun tulevassa lipussa, hotellin sisällä asiakas näkee merkin huoneissa, ravintolassa ja aulatiloissa, joissa merkki tulee olemaan osana hotellia. Paitsi markkinoinnissa merkki tulee olemaan myös osana Cumulus-hotellien tulevaisuutta. Merkin tarkoitus on osoittaa onko siitä hyötyä hotellin toiminnassa paitsi vastuullisesta näkökulmasta myös markkinoinnin kannalta. Merkin avulla pyritään tavoittamaan uusia sidosryhmiä: asiakkaita, yhteistyömahdollisuuksia ja yrityssopimuksia.

Merkki tulee vaikuttamaan aluksi pääasiassa markkinoinnin kehittymiseen ja uusiin yhteistyökumppanuuksiin. Pitkällä tähtäimellä merkki voi tuoda paitsi taloudellisia säästöjä myös uusia asiakkaita mm. niistä yrityksistä, jotka haluavat painottaa vastuullista toimintaa omissa periaatteissaan ja tätä kautta etsivät uusia vaihtoehtoja henkilökunnan ja asiakkaiden majoitukseen.

Jotta Joutsenmerkistä saadaan kaikki irti, hotellin on sitouduttava siihen pitkällä tähtäimellä. Hotelli Cumulus Hakaniemen on sitouduttava merkin vaatimuksiin ja kehitettävä niitä vastuullisuuden kohtia, joissa sillä on vielä parannettavaa. Koska Joutsenmerkki myönnetään aina mää-

räaikaisesti, on sen haltijan ylläpidettävä ja kehitettävä toimiaan jatkuvasti. Erilaisten koulutusten ja tarkastusten avulla hotellin on mahdollista pysyä ajan tasalla siitä, miten merkki toimii ja mihin kohtiin sen on kiinnitettävä toiminnassa huomiota.

Joutsenmerkin myötä hotelli ja Cumulus-hotelliketju sekä koko Restel-konserni tietävät, miten ympäristömerkki vaikuttaa hotellin toimintaan ja kannattaisiko ketjun harkita muita mahdollisia ympäristösertifikaatteja. Suomessa Joutsenmerkki on tunnetuin ympäristömerkki, mutta esimerkiksi ulkomaisia asiakkaita ajatellen The Green Key, Green Globe ja ISO 14001-sertifikaatti olisivat hyviä keinoja tavoittaa uusia yhteistyökumppaneita ja asiakkaita ja osoittaa, että hotelli ja koko ketju haluavat kehittää vastuullista liiketoimintaansa.

6.4 Ohjeistuksen suunnittelu ja kirjoittaminen

Aloitin ohjeistuksen suunnittelun syksyllä 2012, kun kaksi ensimmäistä Joutsentyöryhmän kokousta oli pidetty. Kahden kokouksen ja opinnäytetyön tietoperustan kirjoittamisen jälkeen minulla oli hyvät tiedot Joutsenmerkistä, Cumulus-hotelleista ja Restel-konsernista ja eri ympäristönhallintajärjestelmistä. Tutustuin konsernin vuosikertomuksiin ja -raportteihin ja aloin kerätä materiaalia työni tietoperustaa varten. Työ rajattiin käsittelemään yritys vastuuta ja sen ilmenemistä erityisesti matkailualalla. Käymällä läpi eri ympäristönhallintajärjestelmiä sain hyvät pohjatiedot eri järjestelmistä ja merkeistä, joita matkailualan yritykset voivat hakea tukemaan toimintaansa. Valitsin tietoperustassa esiteltävät järjestelmät niiden tunnettuuden ja tärkeyden perusteella.

Kirjoittaessani tietoperustaa aloitin opinnäytteeni produktina tehtävän ohjeistuksen suunnittelun. Ohjeistuksen tuli olla mahdollisimman yleistettävissä oleva ja selkeä, jotta Restel voisi hyödyntää sitä jatkossa muiden toimijoidensa mahdollisissa Joutsenmerkkihakemuksissa. Etsin internetistä ja Haaga-Helian kirjastosta erilaisia malleja ohjeistusta varten ja laadin alustavan sisällysluettelon. Ohjeistuksen pääkohdat olivat Joutsenmerkin tiivis esittely, syyt siihen, miksi merkkiä kannattaa hakea ja mitä resursseja koko hakuprosessi vaatii. Näiden kolmen kohdan ympärille tuli tietoa hakuaikatauluista, hinnoista ja erilaisista merkin vaatimista muutoksista työn aikana.

Kirjoittaessani ohjeistusta pyrin pitämään tekstin helppolukuisena ja kappaleet lyhyinä, jotta lukija saisi helposti ja nopeasti tarvittavat alkutiedot Joutsenmerkistä, hakemusprosessista ja sen vaatimista resursseista. Suunnittelin ohjeistukseen myös kuvioita, jotka tukevat tekstiä ja selkeyttävät ja tiivistävät hakuprosessin. Ohjeistusta varten pyytämäni palautteen perusteella sain muutamia uusia ideoita mm. hakemusmaksujen maininnasta ja alkutilanteen kartoituksen merkityksestä, jotka yhdistin jo kirjoittamaani tekstiin.

Ohjeistus valmistui helmikuun lopussa 2013. Valmis kirja on 14-sivun mittainen ohjeistus, joka tiivistää koko hakuprosessin ja sen avainkohdat. Ohjeistuksen teksti on helppolukuista ja sitä tukevat tekstin joukossa olevat kuviot. Se sisältää kaikki ne päätiedot, joita Joutsenmerkistä kiinnostunut majoitusalan yritys tarvitsee hakemusta suunnitellessaan.

7 Pohdinta

Hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsenmerkkiprosessi oli onnistunut ja tarkan suunnittelun tuloksena oli 19.2.2013 myönnetty Joutsenmerkki. Olin mukana koko hakuprosessissa ja sain seurata läheltä, miten tällainen prosessi toimii suuren hotelliketjun yhdessä yksikössä. Prosessin pohjalta suunnittelemani ohjeistus vaati aikaa ja suunnittelua. Koko prosessin eri vaiheet, tarkastukset ja tarkka työ antoivat minulle mahdollisuuden, josta on varmasti hyötyä myös tulevaisuudessa.

7.1 Oma työ suunnittelu ja aloitus

Aloitin opinnäytetyöprosessin loppukesällä 2012, kun sain itseäni kiinnostavan aiheen. Olin aina suunnitellut tekeväni työn produktimuotoisena, jotta siitä olisi käytännön hyötyä sekä itselleni että toimeksiantajayritykselle. Aihe löytyi ohjaajani Mia Tarhasen avulla. Joutsenmerkki oli aiheena sopiva myös pääsuuntautumistani ajatellen; pääsuuntautumiseni, vastuullinen liiketoiminta, käsittelee yritysvastuuta ja sen ilmenemistä eri yrityksen toiminnoissa.

Heti aiheen valinnan jälkeen otin yhteyttä ympäristökouluttaja Erja Mähöseen, joka oli mukana Restelin Joutsenmerkkityöryhmässä. Hän esitteli minulle projektin tavoitteet, ne asiat, joita oli jo tehty, tulevat asiat ja hakemukseen tarvittavat osat sekä projektin suunnitellun aikataulun. Samalla kävimme läpi hieman omaa osaani projektissa, joka tulisi muotoutumaan tarkemmin tulevan syksyn aikana. Tässä vaiheessa aloin kerätä tietoa Joutsenmerkistä ja erilaisista ympäristösertifikaateista yleisesti, jotta saisin enemmän tietoa aiheesta ja siitä, mitä kansallisesti ja kansainvälisesti tällainen prosessi vaatii. Samalla aloitin työni tietoperustan suunnittelun ja rajaamisen sekä koko työn aikataulun suunnittelun. Aihetta rajatessani jouduin päättämään, mitä asioita haluaisin käsitellä työssäni. Rajaukseen vaikutti paitsi oma mielenkiinto myös se, mitkä asiat tukisivat Joutsenmerkkiprojektia ja mitä asioita aiemmissa samankaltaisissa opinnäytetöissä oli mahdollisesti käsitelty.

Kun valitsin opinnäytetyöni aiheeksi Joutsenmerkkiprojektin, en vielä tiennyt, mikä oma työni kuvani projektissa tulisi olemaan. Ensimmäisessä työryhmän kokouksessa sain tietää, että opinnäytteenäni tekisin koko Joutsenmerkin hakuprosessista kuvauksen; tekisin prosessin tuloksena ohjeistuksen, jota Restel voisi käyttää jatkossa Joutsenmerkkiä koskevissa asioissaan. Restelin ohjeistus produktia varten oli hyvin yksinkertainen: ohjeistuksen piti käsitellä Joutsenmerkin hakuprosessia mahdollisimman yleisellä tasolla, jotta sitä voisi hyödyntää useissa eri konsernin toimipisteissä.

Aloitin ohjeistuksen suunnittelun syksyllä 2012, kun olin jo kirjoittanut työni viitekehystä. Viitekehysten avulla ymmärsin paremmin eri ympäristönhallintajärjestelmien toimintaa ja tiesin, mitä perusasioita jokainen hallintajärjestelmän hakuprosessi sisältää. Keräsin tietoa Joutsenmerkistä ja sen hakuprosessin eri vaiheista, kriteereistä ja aikatauluista. Tutustuin myös viitekehyksessä esiteltyjen ympäristönhallintajärjestelmien hakuprosesseihin. Tietojen pohjalta suunnittelin ohjeistukselle sisällysluettelon ja kävin läpi, mitä jokainen kappale tulisi sisältämään. Halusin tehdä ohjeistuksesta mahdollisimman helppolukuisen, jotta jokainen Restelin työntekijä voisi käyttää sitä. Alkuun laitoin lyhyen johdannon, jotta lukija tietää, mikä kirjan tarkoitus on. Tämän jälkeen sisällysluettelo kertoo selkeästi, mitä ohjeistus sisältää ja missä järjestyksessä asiat käydään läpi.

Alussa esitellään lyhyesti Joutsenmerkki ja sen tarkoitus. Tämän jälkeen kerrotaan, miksi merkkiä kannattaa hakea ja miten koko hakuprosessi aloitetaan. Kun hakuprosessi alkuvaiheet on esitelty, esittelen koko hakuprosessin vaihe vaiheelta. Eri vaiheet on jaettu osiin ja jokaisen vaiheen sisältö on esitelty, jotta lukija tietää pääpiirteissään, mitä ne sisältävät. Halusin hyödyntää tekstin lisäksi myös kuvia, koska ne näyttävät helposti ja nopeasti, mitä hakuprosessiin kuuluu. Kuvat saattavat myös olla apuna niille lukijoille, jotka katsovat mieluummin kuvia ja ymmärtävät niiden sisällön tekstiä paremmin.

Helmikuun alussa 2013 ohjeistuksen sisältö alkoi valmistua. Ohjeistuksen kappaleet oli kirjoitettu suunnitelman pohjalta alustavasti valmiiksi. Tässä vaiheessa lähetin alustavan tekstin työryhmän jäsenille, jotta he voisivat antaa minulle mahdollisia uusia ideoita ja ohjeita tuotosta varten. Sain pieniä kehittämis ehdotuksia työhöni ja muokkasinkin ohjeistusta vinkkien perusteella.

Ohjeistus valmistui Helmikuun lopussa 2013. Siitä tuli hyvin Joutsenmerkin hakuprosessin tiivistävä. Se sisältää tarvittavat tiedot Joutsenmerkistä ja siitä, miten merkistä saa lisätietoja. Koko hakuprosessi on avattu ja sen eri vaiheet on eritelty selkeästi ja esitelty lyhyesti. Tekstistä tuli loogista ja helppolukuista. Ohjeistusta varten suunnittelemani kuvat onnistuivat hyvin ja mielestäni niistä tuli selkeitä ja lukijaa auttavia.

Alussa olisin halunnut tarkemmat ohjeet Resteliltä ohjeistuksen tekoon, jotta olisin ollut varma siitä, millaisen työn konserni haluaa. Toisaalta pidin myös siitä, että sain vapauden suunnitella työn itse ja toteuttaa sen ainakin alussa haluamallani tavalla. Sain tarkempaa ohjeistusta vasta työni loppuvaiheessa ennen Joutsenmerkin pohjalta järjestettyä auditointia.

Mielestäni ohjeistus onnistui kokonaisuudessaan hyvin. Alussa sen kirjoittaminen tuntui hankalalta, koska esimerkki ja virallinen malli puuttuivat. Suunnitellessani ohjeistusta eteenpäin kirjoittaminen kuitenkin helpottui ja aloin löytää hyviä malleja ja esimerkkejä siitä, millaisia ohjeistuksia suomalaiset ja kansainväliset ympäristönhallintajärjestelmät ja -merkit käyttävät. Sain ohjeistuksen valmiiksi ajoissa ja suunnitellussa aikataulussa. Uskon, että sitä tullaan käyttämään Restelin Joutsenmerkkiä koskevissa asioissa apuna esimerkiksi konsernin eri hotellien henkilökunnan ohjeistuksissa ja mahdollisissa koulutuksissa.

7.3 Yritysvastuu tärkeä osa matkailualaa ja Restelin toimintaa tulevaisuudessa

Opinnäytetyössäni käsittelemäni asiat, yritysvastuu matkailualalla ja erilaiset hotellien hyödyntämät ympäristönhallintajärjestelmät ovat tärkeitä työkaluja yritystoiminnassa ja niiden merkitys kasvaa jatkuvasti. Yritysten on muutettava toimintaansa, jotta se täyttää erilaiset ympäristösäännökset ja -lait ja sen tuotteet tai palvelut houkuttelevat asiakkaita myös jatkossa ja tuottavat voittoa yritykselle.

Restel-konserni on halunnut ottaa ympäristöasiat huomioon toiminnassaan, koska se uskoo vastuullisesta yritystoiminnasta olevan hyötyä paitsi myynnissä ja markkinoinnissa myös liiketoiminnan laajentamisessa. Uusien toimintamallien käyttöönottoaminen ja esimerkiksi uuden ympäristömerkin hakemisprosessi vaatii resursseja. Päättämällä Joutsenmerkin hakemisesta ja ni-

meämällä prosessille oma työryhmä Restel vaikuttaa siltä, että se haluaa todella panostaa vastuullisuuden merkityksen kasvattamiseen nyt ja tulevaisuudessa. Koska Joutsenmerkin hakuprosessi vaatii runsaasti resursseja myös jatkossa, Restel sitoutuu samalla ylläpitämään merkin vaatimia ympäristökriteerejä ja kehittämään omaa toimintaansa jatkuvasti. Konsernin ajatuksena on, että hotelli Cumulus Hakaniemi toimii suunnannäyttäjänä ja esimerkkinä konsernin Cumulus-hotelliketjulle. Tulevaisuudessa se saattaa tämän prosessin pohjalta aloittaa haut muiden Cumulus-hotellien osalta ja myös tällöin on mahdollista, että amk-opiskelijalle avautuu mahdollisuus olla mukana prosessissa.

Kokonaisuutena opinnäytetyön tekeminen oli omia taitoja kehittävä ja syventävä prosessi. Työssä yhdistyivät omat kiinnostuksen kohteeni ja kursseilla opittujen asioiden ja työn yhdistäminen käytännössä. Opinnäytteen teko oli todella käytännönläheistä ja antoi minulle paljon tulevaisuutta ajatellen. Tiedonkeruuvaiheessa ja viitekehystä kirjoittaessani syvensin tietämystäni yritysvastuusta ja sen merkityksestä. Joutsenmerkkiprojektin tapaamisissa sain oikean elämän esimerkkejä viitekehykseeni ja näin, miten yhden tietyn ympäristömerkin hakuprosessi toimii. Mielestäni opinnäytetyöni on onnistunut ja sekä minä että Restel-konserni saavutimme tavoitteemme: opinnäytetyöstäni tuli looginen, kattava ja onnistuneesti rajattu ja onnistuneen Joutsenmerkkityön perusteella hotelli Cumulus Hakaniemelle myönnettiin Joutsenmerkki.

Aiheena yritysvastuu on laaja ja käsite sisältää valtavasti tietoa, jota tulee lisää koko ajan. Tulevaisuudessa on hyvin mahdollista, että eri ympäristönhallintajärjestelmien ja -merkkien kirjo kasvaa ja toisaalta myös kriteeristöt tiukentuvat. Ympäristötietoisuuden merkitys yritysmaailmassa korostuu ja ympäristöasioista tulee entistä vahvemmin yksi tärkeistä kilpailukeinoista. Matkailualalla yritysvastuu vaikuttaa eniten lentoyhtiöiden toimintaan, mutta myös majoitusalan toimijat joutuvat kiinnittämään yhä enemmän huomiota mm. energiankulutukseen, jätehuoltoon ja sosiaaliseen vastuuseen.

8 Lähteet

Avainlippu 2012. Liiton merkit. Avainlippu. Kenelle? Luettavissa:

http://www.avainlippu.fi/liiton_merkit/avainlippu. Luettu 13.11.2012

Bohdanowich, P & Zientara, P 2012. CSR-inspired environmental initiatives in top hotel chains. Tourism enterprises and the sustainability agenda across Europe 2012. Ashgate Publishing Ltd. Surrey, Yhdistyneet kuningaskunnat. S. 93-121.

Cumulus 2012a. Cumulus - Moderni Suomalainen. Luettavissa:

http://www.cumulus.fi/cumulusinfo/fi_FI/yhtio/. Luettu 13.11.2012

Cumulus 2012b. Käytännön tekoja ympäristön hyväksi. Luettavissa:

http://www.cumulus.fi/cumulusinfo/fi_FI/ymparisto/. Luettu 13.11.2012

Cumulus 2012c. Hotelli Cumulus Hakaniemi. Luettavissa:

http://www.cumulus.fi/hotellit/hakaniemi/fi_FI/hakaniemi/. Luettu 13.11.2012

Datar, R. 2011. BBC Fast:track. Are all-inclusive holidays creating ghost towns? Luettavissa:

http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/fast_track/9567917.stm. Luettu 7.11.2012

Ecolodgical 2012. Ecolodgical. Developing an environmental management system. Luettavissa:

http://ecolodgical.yourhomeplanet.com/index_ems.php. Luettu 22.11.2012

Erms/Fimera Oy 2012. Vihreä rakentaminen. Mitä ovat LEED ja LEED-sertifiointi?

Luettavissa: <http://www.erms.fi/cms/fi/vihreae-rakentaminen/mikae-leed-on>. Luettu 22.11.2012

European Commission 2012a. Environment. EMAS - The European Eco-Management and Audit Scheme. Key elements of EMAS. Luettavissa:

http://ec.europa.eu/environment/emas/about/summary_en.htm. Luettu 1.11.2012

European Commission 2012b. Environment. Ecolabel. EU Ecolabel for businesses.

Luettavissa: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-for-businesses.html>.

Luettu 26.10.2012

European Commission 2012c. Environment. EMAS. What is EMAS? Luettavissa:

http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm. Luettu 1.11.2012

Fairmont Hotels & Resorts 2012a. Social responsibility. Corporate responsibility. Luettavissa:

<http://www.fairmont.com/corporate-responsibility/>. Luettu 1.11.2012

Ferrell, O C, Fraedrich, J & Ferrell, L 2011. Business ethics. Ethical decision making and cases. 8th edition. South-western cengage learning. USA.

Foundation for environmental education 2012. What is Green Key? Luettavissa:

<http://www.fee-international.org/en/Menu/Programmes/Green+Key>. Luettu 22.11.2012

Friess, D 2012. What is a LEED-certified hotel? How do I become 'Green certified?' 4

Hoteliers. Hotel, travel & hospitality news. Luettavissa:

<http://www.4hoteliers.com/features/article/6939>. Luettu 1.3.2013

Graci, S & Kuehnel, J. How to increase your bottom line by going green 2010. Green hotels & responsible tourism initiative 2010.

Green Globe 2012a. Green globe certification standard. Luettavissa:

<http://greenglobe.com/register/green-globe-certification-standard/>. Luettu 22.11.2012

Green Globe 2012b. Benefits. Green Globe members talk about the benefits of Green Globe. Luettavissa: <http://greenglobe.com/register/benefits/>. Luettu 22.11.2012

Green Globe 2012c. Standard criteria and indicators. Sustainable management. Luettavissa: <http://greenglobe.com/register/standard/>. Luettu 22.11.2012

Green hotels & responsible tourism initiative 2010. Take action. How to increase your bottom line by going green. Environmental impacts of hotels. Luettavissa: <http://green.hotelscombined.com/Gyh-Environmental-Impact-of-Hotels.php>. Luettu 7.11.2012

Green Key 2012a. The Green Key is. Luettavissa: <http://www.green-key.org/>. Luettu 22.11.2012

Green Key 2012b. Criteria – Hotels. Luettavissa: <http://www.green-key.org/Menu/Criteria/Hotels>. Luettu 22.11.2012

Harmaala, M & Jallinoja, N 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Hilton worldwide 2012a. Corporate responsibility. Luettavissa: <http://hiltonworldwide.com/corporate-responsibility/>. Luettu 1.11.2012

Holloway, J 2009. The business of tourism. 8th edition. Pearson education limited. Italy.
Hotellimaailma 2013. Cumulus-hotellit. Luettavissa: <https://www.hotellimaailma.fi/hotellit/cumulus/>. Luettu 1.3.2013

ISO 2012a. About ISO. Luettavissa: www.iso.org/iso/home/about.htm. Luettu 28.10.2012

iSustainable.org 2012. What is sustainability? Luettavissa:

<http://isustainable.org/sustainability.php>. Luettu 30.12.2012

Itämeriportaali 2012. Itämeren suojelu. Itämeren suojelu on yhteistyötä. Luettavissa:

http://www.itameriportaali.fi/fi/suojelu/fi_FI/suojelu/. Luettu 30.11.2012

Joutsenmerkki – kestävä valinta 2012. Mikä Joutsenmerkki on? Luettavissa:

http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/mika_joutsenmerkki_on. 2.12.2012

Kramer, M 2012. Shared Value: how profit from solving social problems. Guardian Sustainable Business blog. The Guardian. Luettavissa: <http://www.guardian.co.uk/sustainable-business/shared-value-how-corporations-profit-social-problems>. Luettu 16.1.2013

Kuehnel, J 2011. Greenwashing in the travel and tourism industry. Toronto sustainability. Speaker series. Luettavissa: <http://ecoopportunity.net/2011/05/greenwashing-in-the-travel-and-tourism-industry/>. Luettu 30.11.2012

Moskovitz, J. 2008. The growing importance of corporate social responsibility. Luettavissa: <http://ethisphere.com/the-growing-importance-of-corporate-social-responsibility/>. Luettu 10.11.2012

Nielsenwire 2008. Global consumers tell corporations: Environment is #1. Learn more:

Nielsen corporate ethics & fair trade presentation. Luettavissa:

http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2008/09/NielsenEthics_FairTrade_0908.pdf. Luettu 11.11.2012

Norden 2012. Pohjoismaiden ministerineuvosto. Pohjoismaiden hallitusten virallinen yhteistyöelin. Ympäristöasiainneuvosto. Joutsenmerkki. Tietoa Joutsenmerkistä. Luettavissa: <http://www.norden.org/fi/pohjoismaidenministerineuvosto/ministerineuvostot/ymparistoeasiain-ministerineuvosto-mr-m/joutsenmerkki>. Luettu 18.10.2012

Osuuskunta Tradeka-Yhtymä 2012. Liiketoiminnot. Restel Oy. Luettavissa:

<http://www.tradeka-yhtyma.fi/liiketoiminnot.html>. Luettu 11.3.2013

Porter, M & Kramer, M 2011. Creating shared value. How to reinvent capitalism - and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review. January-February 2011. Sivut 62-77.

Porter, M & Kramer, M 2006. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review. One Point Collection. Sivut 2-17.

Pöyry 2012. Toimialat & Palvelut. Kiinteistöt. Green Building. Luettavissa:

<http://www.poyry.fi/toimialat-palvelut/kiinteistot/palvelut/green-building>. Luettu 1.2.2013

Rantapallo Oy 2013. Matkatoimistot. Cumulus. Luettavissa:

<http://www.rantapallo.fi/matkatoimistot/cumulus/>. Luettu 11.3.2013

Restel 2012a. Ympäristön hyväksi. Luettavissa:

http://www.restel.fi/ymparisto/fi_FI/ymparisto/. Luettu 11.10.2012

Rezidor Hotel Group 2012a. Responsibility. The 3 pillars of responsible business. Luettavissa:

<http://www.rezidor.com/phoenix.zhtml?c=205430&p=resppillars> . Luettu 28.10.2012

Rezidor Hotel Group 2012b. Responsibility. Responsible business tools. Responsible business training. Luettavissa:

<http://www.rezidor.com/phoenix.zhtml?c=205430&p=respbusinesstools>. Luettu 28.10.2012

Rohweder, L 2004. Yritysvastuu - Kestävää kehitystä organisaatiotasolla. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Scandic 2012a. Ympäristö ja kestävä kehitys. Luettavissa:

<http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/>.

Luettu 1.11.2012

S-kanava 2012. Tietoa S-ryhmästä. S-ryhmän rakenne. Vastuullisuus. Luettavissa: <http://www.s-kanava.fi/web/s-kanava-tietoa-s-ryhmasta/sokotel/vastuullisuus>. Luettu 1.11.2012

Sokos Hotels 2012. Ajankohtaista. Joutsenmerkki saapuu Sokos Hotelleihin. Luettavissa: <http://www.sokoshotels.fi/etusivu/ajankohtaista/joutsenmerkki-saapuu-sokos-hotelleihin/>. Luettu 28.10.2012

Suomen Standardisoimisliitto SFS RY 2012a. Ympäristöasioiden hallinta. Kansainvälinen ISO 14000 -standardisarja 2012. ISO 14001 - maailman tunnetuin ympäristönhallintajärjestelmämalli. Luettavissa: www.sfs.fi/files/64/ISO14000_070612.pdf. Luettu 28.10.2012

Svanen.se 2012. Allt du behöver veta om Svanen och EU Ecolabel. Konsument. Luettavissa: <http://www.svanen.se/Buy-Svanenmarkt/Svanenmarkta-tjanster/>. Luettu 28.10.2012

TallinkSilja 2012. Tiedotteet. Tallink-konsernin aluksille myönnettiin ISO 14001 - ympäristöjärjestelmäsertifikaatti. Luettavissa: <http://www.tallinksilja.com/WebSites/Template/NewContent/ContentPage.aspx?NRMODE=Published&NRNODEGUID=%7B61B5B457-7820-4A79-B144-F0468E08D26C%7D&NRORIGINALURL=%2Ffi%2FmainMenu%2Fcompany%2Fnews%2FISO14001.htm&NRCACHEHINT=Guest>. Luettu 30.11.2012

TerraChoice 2012. The sins of greenwashing. Home and family edition. The seven sins. Luettavissa: <http://sinsofgreenwashing.org/findings/the-seven-sins/index.html>. Luettu 20.9.2012

UNWTO 2011. Annual report 2011. Luettavissa: http://dtxqt4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/annual_report_2011.pdf. Luettu 1.2.2013

US Green building council 2012. Rating systems. Existing buildings. Luettavissa:
<https://new.usgbc.org/leed/rating-systems/existing-buildings>. Luettu 22.11.2012

Viking Line 2012. Yritysinfo. Ympäristö. Luettavissa:
<http://www.vikingline.fi/yritysinfo/ymparisto.asp>. Luettu 30.11.2012

Vuosikertomus 2011 – Restel 2012. Vuosikertomus. Luettavissa:
http://restel.smartpage.fi/fi/vuosikertomus_2011/. Luettu 12.1.2013

Ympäristöministeriö 2012a. Yritykset ja yhteisöt. Ympäristöjärjestelmät ja -johtaminen.
Luettavissa: www.ymparisto.fi/default.asp?node=181&lan=FI. Luettu 28.10.2012

Ympäristöministeriö 2012b. Yritykset ja yhteisöt. Ympäristöjärjestelmät ja -johtaminen.
EMASin toteuttaminen. Luettavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=76639>.
Luettu 1.11.2012

Ympäristöministeriö 2012c. Ympäristön tila. Ilmastonmuutos. Luettavissa:
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=98&lan=fi>. Luettu 1.11.2012

Ympäristöministeriö 2012d. Ympäristön tila. Luettavissa:
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=87&lan=fi>. Luettu 1.11.2012

Ympäristömerkki 2012a. Kukkatuotteet. Kukkakriteerit. EU-Kukka. EU-Kukkamerkki. Hyvä päätös kestää. Luettavissa: <http://www.ymparistomerkki.fi/eu-kukka/eu-kukkamerkki>. Luettu 26.10.2012

Ympäristömerkki 2012b. Kukkatuotteet. Kukkakriteerit. EU-Kukka. EU-Kukkamerkki. EU-ympäristömerkin kriteerit. Luettavissa: <http://www.ymparistomerkki.fi/eu-kukka/eu-kukkamerkki/kriteerit>. Luettu 26.10.2012

Ympäristömerkki 2012c. Ympäristömerkki. Luettavissa:

<http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki>. Luettu 18.10.2012

Ympäristömerkki 2012d. Ympäristömerkki. Mikä on Joutsenmerkki? Joutsenmerkki.

Luettavissa: http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/mika_joutsenmerkki_on. Luettu 18.10.2012

Ympäristömerkki 2012e. Ympäristömerkki. Kriteerit. Luettavissa:

<http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/kriteerit>. Luettu 18.10.2012

Ympäristömerkki 2012f. Ympäristömerkki. Ajankohtaista. Ympäristömerkinnän uutisia.

Joutsenmerkki on Suomen 4. arvostetuin brändi. Luettavissa:

http://www.ymparistomerkki.fi/ajankohtaista/?3734_m=4760. Luettu 18.10.2012

Ympäristömerkki 2012g. EU-Kukkamerkki. Ajankohtaista. Hotelli AValle myönnettiin EU-ympäristömerkki. Luettavissa: http://www.ymparistomerkki.fi/eu-kukka/ajankohtaista/hotelli_avalle_myonnettiin_eu-ymparistomerkki.4782.news. Luettu 30.11.2012

Ympäristömerkintä 2011. Lehdistötiedote 12.10.2011. Joutsenmerkitty hotelli on energiatehokas. Luettavissa:

http://www.ymparistomerkki.fi/files/3055/ESV-tiedote_12.10.2012.pdf . Luettu 18.10.2012

Liitteet

Liite 1. Ohjekirja “Avaimet onnistuneeseen Joutsenmerkkihakemukseen”

Avaimet onnistuneeseen Joutsenmerkki- hakemukseen

Martta Liukkonen

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

Johdanto

Tämän oppaan tarkoitus on kertoa, miten hotelli hakee Joutsenmerkkiä ja mitä eri vaiheita hakuprosessiin kuuluu. Opas esittelee Joutsenmerkin pääpiirteissään, sen miksi merkkiä kannattaa hakea ja mitä hyötyjä siitä on sekä hakuprosessin vaatimat resurssit sekä eri vaiheet. Opas tiivistää hakuprosessin siten, että sen käyttäjä saa helposti tietoonsa Joutsenmerkin tarkoituksen ja ne asiat, joita hakijahotellin on tehtävä ennen prosessia, sen aikana ja prosessin jälkeen.

Joutsenmerkki on johtava pohjoismainen ympäristömerkki ja -tunnus vastuullisesta toiminnasta. Merkki näkyy päivittäin eri tuotteiden ja palveluiden yhteydessä. Merkki on tehokas lisä markkinointiin ja myyntiin yritysvastuun merkityksen ja kuluttajatietoisuuden määrän kasvaessa.

Opas on osa Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä ja se tehtiin lukuvuonna 2012–2013 toimeksiantona Restel-konsernille. Oppaan tieto perustuu hotelli Cumulus Hakaniemen Joutsenmerkin hakuprosessiin ja Joutsenmerkin virallisiin tiedotteisiin.

Sisällys

1 Tunnettu ja arvostettu pohjoismainen ympäristötunnus	3
2 Mitä hyötyä Joutsenmerkistä on?	4
3 Joutsenmerkkiä voi hakea mikä tahansa tuote tai palvelu	5
4 Joutsenmerkin vaatimukset	6
5 Joutsenmerkin hakuprosessi	7
5.1 Hakuprosessin tavoitteet määritellään heti	7
5.2 Hakijayrityksellä on oltava riittävät resurssit hakuprosessia varten	8
5.3 Hakuprosessin suunnittelu ja aikataulutus	9
5.4 Alkukartoituksen jälkeen yritys tekee muutoksia toimintaansa	10
5.5 Koulutus on tärkeä osa Joutsenmerkin hakuprosessia	12
6 Joutsenmerkkihakemuksen lähettäminen	12
6.1 Joutsenmerkkihakemus täytetään sähköisesti	12
6.2 Hakemusmaksut	13
6.3 Auditoinnissa tarkastetaan hakemuksen todenmukaisuus	13
6.4 Hakemuksen hyväksyntä/hylkäys ja merkin myöntäminen	13
7 Työ merkin myöntämisen jälkeen	14

1 Tunnettu ja arvostettu pohjoismainen ympäristötunnus

Joutsenmerkki on Pohjoismaiden yhteinen ja tunnetuin ympäristömerkki ja -hallintajärjestelmä. Joutsenmerkki perustettiin vuonna 1989 ja sen tarkoitus on merkitä kestävän kehityksen ja ympäristön kannalta vastuullisia tuotteita tai palveluita. Joutsenmerkkejä on myönnetty useiden eri tuotteiden lisäksi eri palveluntarjoajille mm. hotelleille ja ravintoloille. Merkki myönnetään hakemuksen perusteella määrääjäksi niille tuotteille tai palveluille, jotka täyttävät merkin vaatimat kriteerit. Joutsenmerkittyjen tuotteiden ja palveluiden määrärajoitusten taustalla on se, että merkkiä myöntävä komitea haluaa tarjota kuluttajille niin ns. tavallisen vaihtoehdon ja Joutsenmerkityn vaihto-ehdon ja kannustaa tällä ympäristön kannalta vastuulliseen valintaan.

Joutsenmerkki-kriteeristö on määritelty tarkasti eri tuoteryhmittäin aina palveluntarjoajista pesuaineisiin ja lasten leluihin. Saadakseen merkin hakijan tulee täyttää sille asetetut kriteerit ja todistaa nämä lausuntojen ja virallisten todistusten avulla. Kuten EU-kukka, myös Joutsenmerkki myönnetään tuotteelle tai palvelulle määrääjäksi eli noin 3-5 vuodeksi. Määräaikaisuus takaa sen, että lautakunta tarkistaa ja uudistaa kriteeristöä määrääjoin lainsäädännön muuttuessa ja eri teknologioiden kehittyessä.

Ympäristömerkittyjen hotellien ja majoitusliikkeiden määrä maailmalla kasvaa jatkuvasti. Eri hotelliketjut ja yksittäiset hotellit haluavat muuttaa toimintaansa vastuullisempaan suuntaan jo pelkästään siksi, että ympäristöystävällisyydestä on tullut merkittävä kilpailukeino. Suomessa esimerkiksi Sokos Hotels -ketju on ottanut käyttöön uuden ympäristöpolitiikan ja hakenut ja saanut sen seurauksena Joutsenmerkin neljälle Sokos Hotellille ja kaikille S-ryhmään kuuluville Radisson Blu -hotelleille.

Joutsenmerkittyjen hotellien määrä Pohjoismaissa kasvaa jatkuvasti. Yhteensä Pohjoismaissa on jo yli 400 merkittyä hotellia. Joutsenmerkitty hotelli on hyvä vaihtoehto asiakkaalle, joka haluaa asioida vastuullisessa hotellissa: merkitty hotelli on varmasti ympäristön kannalta vastuullinen vaihtoehto ja näkyvä ja helposti tunnistettava merkki helpottaa asiakkaan valintaa hotellien välillä, kun tämä etsii vastuullista vaihtoehtoa.

2 Mitä hyötyä Joutsenmerkistä on?

Ympäristöasioiden merkityksen korostuessa vastuullisuuteen panostavat yritykset saavat kilpailuetua verrattuna muihin yrityksiin. Joutsenmerkki on tunnettu Pohjoismainen ympäristömerkki. Sitä käyttävä tuote tai palvelu on ympäristön kannalta vastuullinen vaihtoehto;

Vastuullisuusasioiden lisäksi merkkiä kannattaa hakea, koska sen on tutkittu vaikuttavat kuluttajien ostopäätöksiin positiivisesti, sitä arvostetaan kuluttajien keskuudessa ja sitä pidetään puolueettomana ja toimivana merkintäkeinona mm. tiukan ja säännöllisesti päivittyvän kriteeristön takia.

Merkkiä käyttävä tuote tai palvelu saa merkistä mm. seuraavia hyötyjä:

- parempi asiakaskilpailukyky
- vastuullinen työnantaja
- vastuullisesti uskottava- vai uskottavasti vastuullinen?
- parempi asiakasuskollisuus
- uudet asiakkaat
- uudet sidosryhmät

Jotta yritys saisi Joutsenmerkistä mahdollisimman paljon etua, sen kannattaa hyödyntää merkkiä mahdollisimman monella eri osa-alueella. Perinteisten mainontakanavien (esitteet, lehdet, televisiomainokset) lisäksi merkkiä kannattaa käyttää mm. tuotteissa ja pakkauksissa, näyteikkunoissa, mainoslauseissa, mahdollisissa rakennuksen julkisivun mainoslipuissa ja muilla näkyvillä paikoilla. Esimerkiksi hotelli voi laittaa Joutsenmerkin kaikkiin huoneisiinsa, ravintolaan, esitteisiin ja sisäänkäynnin yhteydessä usein olevaan mainoslippuun. Näin asiakas huomaa todennäköisemmin, että yrityksellä on ympäristösertifikaatti, tässä tapauksessa Joutsenmerkki.

3 Joutsenmerkkiä voi hakea mikä tahansa tuote tai palvelu

Joutsenmerkkiä voi hakea kuka tahansa tuotteen tai palvelun valmistaja, myyjä tai maahantuoja. Vaikka merkki on Pohjoismaiden oma, sitä voivat hakea myös ulkomaiset yritykset.

Merkillä on omat hakukriteerit jokaiselle eri tuote- ja palveluryhmälle. Hotellit kuuluvat omaan tuote- ja palveluryhmäänsä ja hotellihakemuksessa kriteerinä on mm. se, kuinka paljon Joutsenmerkittyjä tuotteita hotelli käyttää. Vuonna 2012 Joutsenmerkistä annettiin lausunto, jonka perusteella hotellit ja ravintolat saattavat vuonna 2013 yhdistyä saman kriteeristön alle.

Hakemuksen tekovaiheessa hakemukseen on liitettävä tuoteryhmän oma kriteeristö ja kaikki kriteeristössä määrätyt liitteet. Liitteiden on oltava selkeitä ja helposti ymmärrettävissä olevia. Yleensä liitteet ovat selvityksiä, erilaisia mittaustuloksia (mm. veden- ja sähkökulutus) ja raaka-ainetietoja ja -todistuksia. Kriteeristö päivitetään säännöllisesti ja uusin tieto lisätään aina Joutsenmerkin omille internet-sivuille www.ymparistomerkki.fi.

Joutsenmerkin hakuprosessi vaatii aikaa noin vuoden verran. Aika kuluu päätökseen hakemisesta, hausta vastaavan työryhmän nimeämiseen, hakijan tilan kartoitukseen ja hakemuksen täyttämiseen ja lähettämiseen. Hotelli Cumulus Hakaniemen hakuprosessi käynnistettiin alkuvuonna 2012, valmis hakemus lähetettiin vuoden 2012 lopussa ja se hyväksyttiin alkuvuonna 2013.

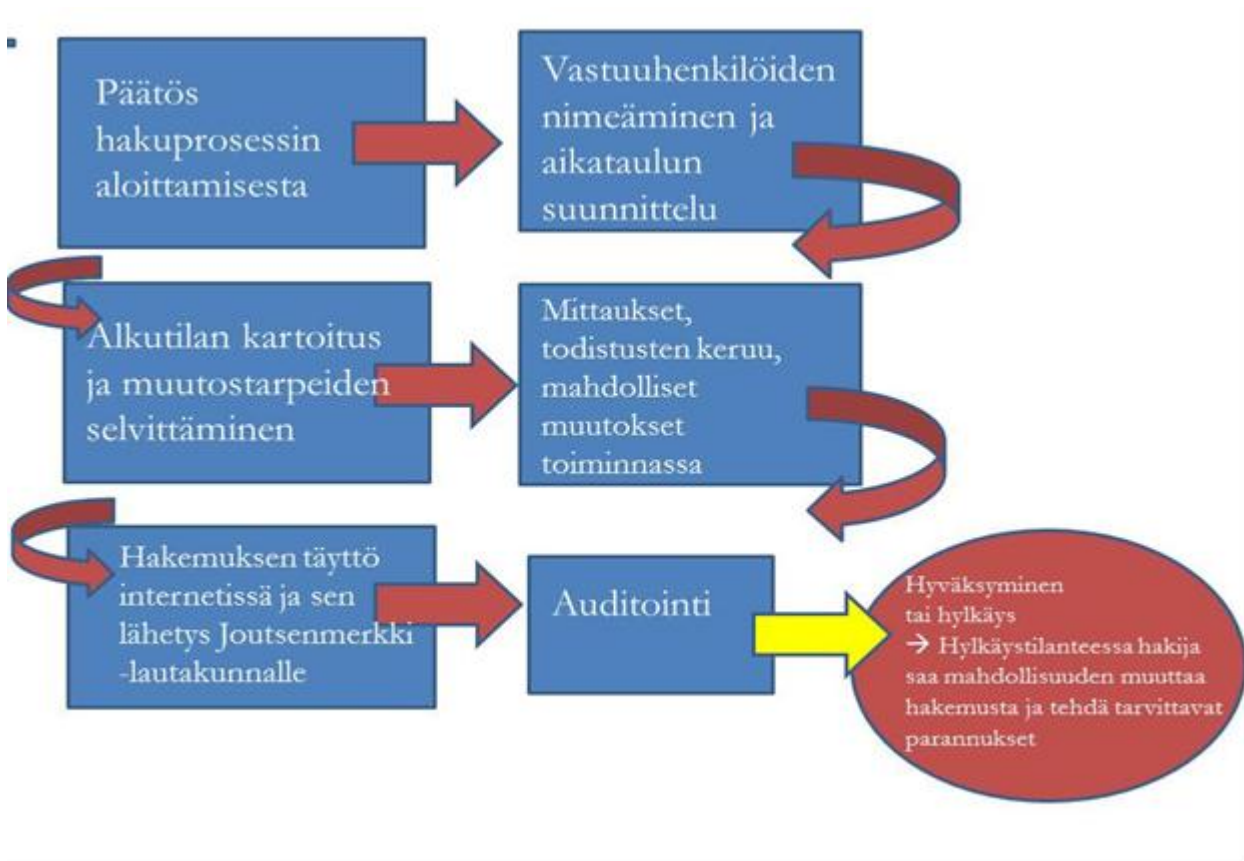
4 Joutsenmerkin vaatimukset

Joutsenmerkin saadakseen tuotteen tai palvelun pitää täyttää ennalta asetetut tuoteryhmäkohtaiset vaatimukset. Vaatimukset laaditaan pohjoismaisena yhteistyönä. Joutsenmerkin vaatimukset tarkistetaan 3-5 vuoden välein, jotta ne pysyvät ajan tasalla lainsäädännön kiristyessä ja teknologian kehittyessä. Tavoitteena on pitää kriteerit aina niin tiukkoina, että merkin saaneet tuotteet ovat jatkuvasti ympäristön kannalta parhaimpien joukossa.

Kriteeristö on vertailukohtana hakuprosessin aloittavalle yritykselle: yritys voi verrata omaa tämänhetkistä tilaansa kriteereihin. Näin se saa tietää, mihin asioihin sen on kiinnitettävä huomiota hakemuksessa. Osa merkin vaatimuksista on pakollisia ja osa taas vapaaehtoisia. Toimintojen perusteella jokaiselle osa-alueelle lasketaan pistemäärä Joutsenmerkin kriteerien avulla. Jotta hakemus voidaan hyväksyä, on yrityksen saavutettava tietty määrä pisteitä.

Hotellien ja retkeilymajojen Joutsenmerkkihakemus yhdistettiin vuoden 2013 alussa ravintoloiden ja kongressikeskusten kanssa. 17.1.2013 alkaen hotellit hakevat Joutsenmerkkiä samalla hakemuksella ravintoloiden ja kongressikeskusten kanssa. Uusi hakukategoria muutti hieman Joutsenmerkin aikaisempaa kriteeristöä. Energian ja energialähteiden raja-arvot, ravintoloiden tuoteryhmien ja tuotevaatimusten määrät ja biojätteen määrät ja vaatimukset tiukentuivat. Suurin osa uusista kriteereistä vaikuttaa pääsääntöisesti ruoka- ja ravintolapuolen toimintaan.

5 Joutsenmerkin hakuprosessi



5.1 Hakuprosessin tavoitteet määritellään heti

Joutsenmerkkiprosessi alkaa, kun yritys päättää hakea Joutsenmerkkiä. Prosessin alussa on hyvä nimetä työryhmä, joka vastaa yrityksen hakuprosessista, koska Joutsenmerkin prosessi vaatii aikaa ja koostuu monista eri vaiheista. Hyvä työryhmä rakentuu henkilöistä, jotka tuntevat hakijan, sen takana olevan organisaation ja ovat motivoituneita viemään prosessin onnistuneesti läpi. Työryhmä koostuu yleensä yrityksen määräämistä henkilöistä ja usein myös ulkopuolisesta henkilöstä, esimerkiksi ympäristöasiantuntijasta, joka tietää Joutsenmerkin kriteerit ja on jo aiemmin ollut mukana Joutsenmerkin hakuprosessissa. Työryhmä määrittelee hakijan alkutilanteen, tavoitteet ja tavoiteaikataulun. Alkutilanne selvitetään käymällä läpi esimerkiksi hotelli kerros kerrokselta ja tarkastamalla, mitä tuotteita se käyttää esimerkiksi kerrossiivouksessa, ravintolassa tai toimiston monitoimilaitteessa. Tavoitteet muodostuvat alkutilanteen perusteella ja niissä määritellään esimerkiksi koko projektin aikataulu ja se, mitä muutoksia toimintaan tehdään ja

millä tavoilla ne suoritetaan. Tavoiteaikataulu muotoutuu alkutilanteen ja tavoitteiden määrittelyn pohjalta ja taustaorganisaation vaatimusten perusteella. Tavoiteaikataulusta kannattaa tehdä realistinen ja joustava, jotta prosessi ei kärsi, jos sen aikana nousee esiin ongelmia (ongelmat voivat johtua esimerkiksi puutteellisista resursseista tai alueen muista yrityksistä). Näiden perusteella suunnitellaan mm. henkilökunnan koulutus, energian kulutuksen mittaukset, erilaisten todistusten ja liitteiden keruu sekä muutokset ja tavoitteet tulevaisuudessa, jos merkki myöntään hakijalle. Työryhmän nimeämisen etuna on se, että tällöin yritys tietää, ketkä ovat vastuussa hakuprosessista ja sen etenemisestä.

Hakuprosessi suunnitellaan tarkasti, jotta tiedetään, millä aikataululla eri asioita tehdään ja miten hakemuksen kanssa edetään. Hakijayrityksen on aloitettava hakemuksen suunnittelu hyvissä ajoin. Joutsenmerkin hakuprosessi vaatii aikaa noin vuoden verran aina prosessin käynnistämisestä hakemuksen mahdolliseen hyväksyntään ja merkin myöntämiseen saakka. Hakemuksen suunnitteluvaiheessa hakija tekee alkutarkastuksen toimipisteessään ja kartoittaa alkutilanteen. Tässä vaiheessa lasketaan esimerkiksi Joutsenmerkin kriteeristön perusteella annettavat pisteet (energian- ja vedenkulutus, kierrätys, paperinkulutus, jne.). Kartoittamalla alkutilanne saadaan selville, mitkä tekijät aiheuttavat suurimman osan hakijan päästöistä ja mitkä ovat ympäristön kannalta tärkeimpiä tekijöitä.

5.2 Hakijayrityksellä on oltava riittävät resurssit hakuprosessia varten

Yrityksellä on oltava riittävät resurssit hakuprosessia aloitettaessa, jotta koko hakuprosessi voi onnistua. Resursseja ovat esimerkiksi raha, henkilökunta ja halu muuttaa toimintaa. Riittävien resurssien avulla varmistetaan, että hakija voi viedä prosessin loppuun asti, tekee tarvittavat muutokset toiminnassaan ja vaaditut arvot täytetään. Resurssit varmistavat myös sen, että hakuprosessia hoitaa riittävä määrä työntekijöitä, joille annetaan aikaa tehdä prosessiin kuuluvia töitä (mittaamiset, tarkastukset, työryhmän kokoukset, hakemukset) rauhassa.

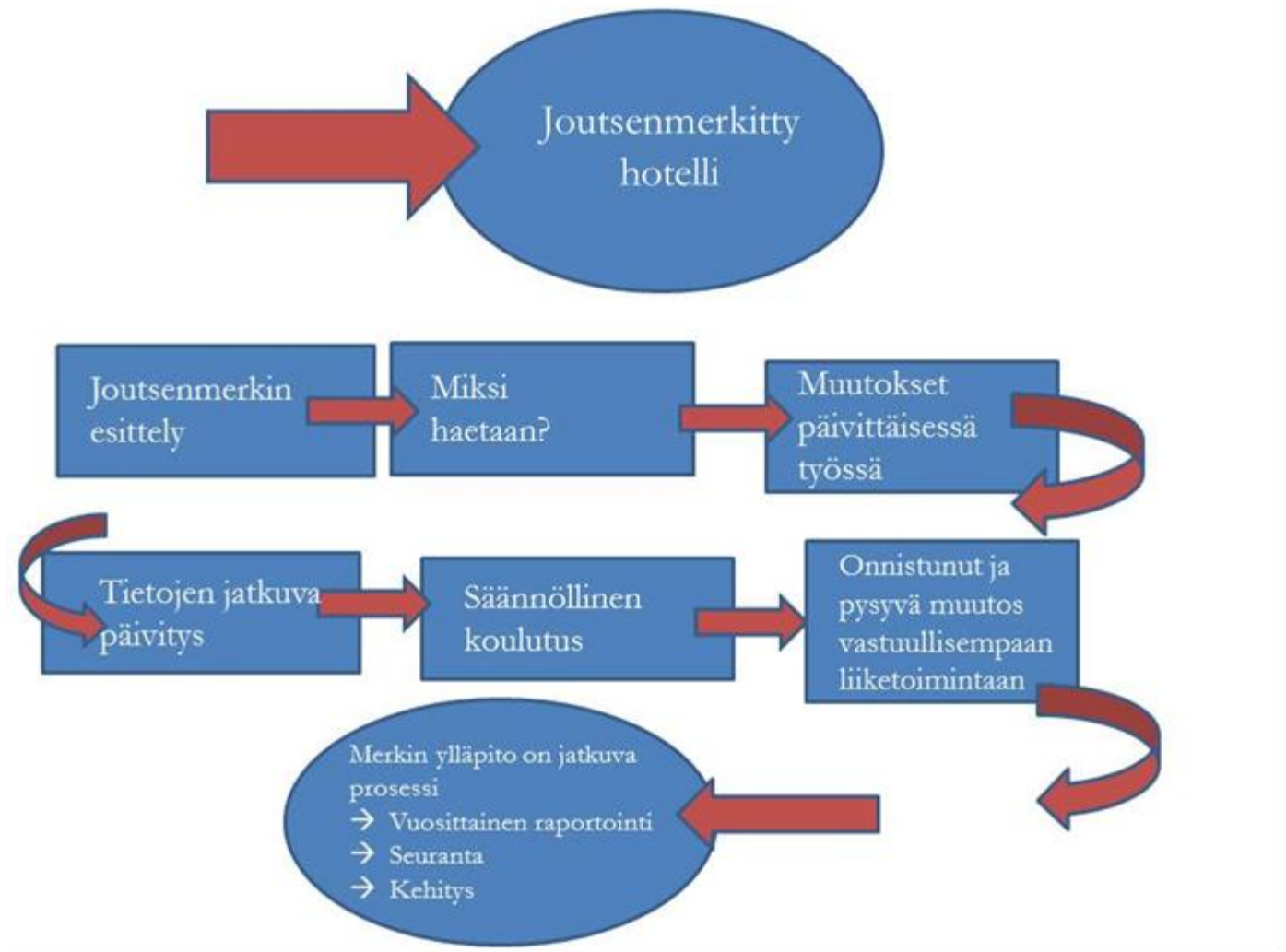
Joutsenmerkin hakuprosessi vaatii aikaa ja henkilöstöä, joka vastaa koko prosessista. Tarkastusten ja mittausten perusteella mahdollisesti tehtävät muutokset (esimerkiksi tuotteiden vaihtami-

nen kriteeristössä hyväksyttyihin vaihtoehtoihin tai uuden tavarantoimittajan valinta) vaatii ajan lisäksi myös rahaa ja henkilökunnan perehdytystä uusien toimintojen ja tuotteiden käyttöön. Rahaa kuluu paitsi siihen, että yritys vaihtaa toiminnassa käytettäviä tuotteita Joutsenmerkin hyväksymiin tuotteisiin, myös hakemusmaksuihin hakemuksen lähetysvaiheessa.

5.3 Alkukartoituksen jälkeen yritys tekee muutoksia toimintaansa

Alkutilan kartoituksen perusteella hakija saa tietää, mitä asioita sen on muutettava toiminnassaan ja missä asioissa se on jo riittävän hyvä. Muutoksia voidaan tehdä esimerkiksi jätehuollon järjestämisessä, ravintolassa käytettävien tuotteiden valinnassa (luomu- ja lähiruokavaihtoehdot) ja toimistossa käytettävien papereiden ja koneiden hankinnoissa (Joutsenmerkityt vaihtoehdot). Tämän jälkeen hakija voi alkaa muuttaa toimintaansa Joutsenmerkin kriteerien mukaiseksi. Esimerkiksi jätteiden lajitteluun voidaan hakea uutta järjestelmää ja lajittelupisteitä voidaan lisätä, vedenpainetta voidaan säätää ja sähkösopimusta muuttaa. Kaikista muutoksista otetaan dokumentit ja kopiot, jotka myöhemmin lähetetään Joutsenmerkkilautakunnalle.

Prosessin alussa työn eri vaiheet kannattaa jakaa osiin. Hakijan alkutilan kartoitus vaatii aikaa ja työtunteja, joten jos hakuprosessille on määrätty oma työryhmä, kannattaa kartoituksen eri osat jakaa eri työryhmän jäsenille. Jäsenet huolehtivat omasta vastuualueestaan (veden- ja sähkönkulutus, jätehuolto, toimistoasiat, henkilökunnan koulutus) ja jokaisen tiedot yhdistetään säännöllisissä, kuukausittain pidettävissä kokouksissa, joissa työryhmä kokoontuu ja käy läpi tehdyt ja tekemättömät asiat. Jakamalla tehtävät eri kokonaisuuksiksi työ on selkeämpää ja jokainen osa-alue tulee hoidettua tehokkaasti.



Henkilökunnan koulutus on osa Joutsenmerkin hakuprosessia. Koulutuksessa esitellään Joutsenmerkki ja sen tarkoitus sekä sen tuomat hyödyt yritykselle. Samalla käydään läpi hakuprosessin eri vaiheet, hakuprosessista johtuvat muutokset yrityksen tai tuotteen toiminnassa (esimerkiksi uudet tuotteet ravintolassa tai uusi sähköntoimittaja), hakevan yrityksen toimialan ympäristövaikutukset (esimerkiksi hiilidioksidipäästöt ja jätteet) ja ne keinot, joilla vaikutuksia voi vähentää jokapäiväisessä työssä. Koulutuksen pitää joko hakijayrityksen oma työntekijä tai ulkopuolinen ympäristökouluttaja, jolla on tietoa Joutsenmerkistä ja kokemusta Joutsenmerkin hakuprosessista.

Koulutuksen tarkoitus on kertoa henkilökunnalle, mitkä päivittäiset asiat aiheuttavat yrityksen suurimmat ympäristövaikutukset ja miten niihin voi vaikuttaa työssä. Se on myös keino motiivoida työntekijöitä toimimaan vastuullisemmin. Koulutuksia olisi hyvä jatkaa myös merkin mahdollisen myöntämisen jälkeen, jotta ympäristötyössä voidaan edetä ja kehittyä. Koulutusten merkitys on tärkeä myös siksi, että merkki on määräaikainen ja se pitää hakea uudelleen muutamana vuoden välein.

6 Joutsenmerkkihakemuksen lähettäminen

Kun tarvittavat muutokset toiminnassa on tehty ja liitteet ja todistuksen kerätty, Joutsenmerkin hakuprosessissa edetään hakemuksen täyttö- ja lähetysvaiheeseen. Täyttö- ja lähetys tapahtuu internetissä Joutsenmerkin omilla nettisivuilla.

6.1 Joutsenmerkkihakemus täytetään sähköisesti

Hakemus täytetään sähköisesti Joutsenmerkin verkkosivuilla. Hakemus koostuu eri osista (vesi, sähkö, kemikaalit, pesuaineet, jätteet) ja ne täytetään tietyssä järjestyksessä Joutsenmerkin hakemussivuilla annettujen ohjeiden mukaisesti. Hakemukseen liitetään todistukset ja mittaustulokset esimerkiksi vedenpaineesta, sähkön- ja paperinkulutuksesta, jätteidenlajittelusta ja atk-laitteiden tehokkuudesta. Eri tulosten ja kartoitusten perusteella lasketaan pisteet hotelli-, ravintola- ja kongressikeskusten hakemuksen ohjeiden mukaisesti ja nähdään saavuttaako hakija ne raja-arvot, joita merkin saaminen vaatii. Hakemus täytetään vaihe vaiheelta ja siinä on eritelty selkeästi eri osa-alueet, joista pisteitä myönnetään. Kun hakemus on valmis, se siirtyy sähköisesti Joutsenmerkki-lautakunnalle. Hakumaksu maksetaan hakemuksen lähettämisen yhteydessä.

6.2 Hakemusmaksut

Joutsenmerkin käyttäjä joutuu maksamaan merkistä valmiin hakemuksen lähetyshetkellä ja tämän jälkeen vuosittain lupamaksun, jos merkki myönnetään. Maksut määräytyvät hakijan perusteella (maksut vaihtelevat eri tuote- ja palvelukategorioissa). Joutsenmerkin hakuprosessia suunnittelevan yrityksen on varauduttava niihin ajoissa. Jos merkkiä hakevalla yrityksellä ei ole varaa maksaa merkkiä, prosessin aikana tehty työ saattaa mennä hukkaan. Hakemusmaksun lisäksi hakijan on varmistettava, että se voi maksaa vuosittaiset merkin lupamaksut, jos merkki myönnetään.

Joutsenmerkin etu yritykselle on se, että hakuprosessin suunnittelu ei maksa mitään. Hakijayritys maksaa hakuprosessista vasta hakemuksen lähetysvaiheessa ja hakemuksen mahdollisen hyväksymisen jälkeen.

6.3 Auditoinnissa tarkastetaan hakemuksen todenmukaisuus

Jos Joutsenmerkkilautakunta hyväksyy hakemuksen, lautakunta ja hakija järjestävät auditoinnin hakijayrityksessä. Auditoinnin tarkoitus on varmistaa, että kaikki hakemuksessa väitetyt asiat ovat todenmukaisia. Auditoinnin aikana työryhmä esittelee hakijan ja sen eri osat ja esittää lautakunnan niin vaatiessa hakemukseen liitteeksi tulleen materiaalin alkuperäiskappaleet lautakunnalle. Auditoinnilla halutaan varmistaa, että hakija varmasti täyttää Joutsenmerkin vaatimukset. Auditoinnin jälkeen lautakunta päättää myönnetäänkö Joutsenmerkki hakijalle vai ei. Jos merkkiä ei myönnetä, lautakunta kertoo, mitä muutoksia yrityksen on vielä tehtävä toimintaansa. Jos merkki taas myönnetään, lautakunta voi asettaa sille jotain reunaehtoja esimerkiksi toimintasuunnitelmien laatimisen eri toiminta-alueille (hotellissa esimerkiksi aamiaisravintolan toimintasuunnitelma).

6.4 Hakemuksen hyväksyntä/hylkäys ja merkin myöntäminen

Auditoinnin tuloksen perusteella lautakunta myöntää yritykselle Joutsenmerkin tai hylkää hakemuksen, jolloin yrityksen on vielä tehtävä muutoksia toimintaansa saadakseen hakemuksen hyväksytysti läpi. Muutokset voivat olla esimerkiksi sähkö- tai vesisopimusta tai toimiston laitteita koskevia muutoksia. Kun merkki on myönnetty, yritys voi käyttää sitä tuotteensa tai palvelunsa myynissä ja markkinoinnissa. Esimerkiksi hotelli voi tällöin käyttää merkkiä mainoksissaan ja esitteissään.

Joutsenmerkki myönnetään aina määräajaksi (n. 3-5 vuotta) ja merkin haltija tarkastetaan tietyin väliajoin. Joutsenmerkin käyttäjän on raportoitava toiminnastaan vuosittain. Raportissa kerrotaan, miten yrityksen toiminta etenee ja kehittyy Joutsenmerkin kanssa ja onko toiminta muuttunut merkin myöntämisen jälkeen. Merkin vaatimustason täyttämistä mitataan säännöllisesti tarkastuksien ja kokeiden avulla. Tarkastuksissa voidaan esimerkiksi katsoa, noudattaako ravintolan keittiö oikeita kierrätysohjeita. On suotavaa, että merkkiä käyttävä yritys seuraa Joutsenmerkin toimintaa ja vaikutusta ja tekee muutoksia toimintaansa seurannan muutosten perusteella. Jos vaatimustaso ei täyty ja yritys rikkoo Joutsenmerkin pakollisia vaatimuksia, merkki voidaan ottaa poistaa yrityksen käytöstä. Jos kriteeristöön tulee uusia vaatimuksia, merkkiä käyttävälle yritykselle annetaan vuosi aikaa päivittää vaatimustaso uusien kriteereiden mukaiseksi.

Yrityksen on suositeltavaa kehittää ympäristötoimintaansa eteenpäin merkin myöntämisen jälkeen, jotta mahdollisten uusien kriteereiden täyttäminen on helpompaa ja yritys osoittaa todella haluavansa toimia ympäristön kannalta vastuullisesti. Restelin osalta Joutsenmerkin ylläpito vaatii toimintasuunnitelman laatimista kahdelta eri osa-alueelta (vaihtoehdot: jätteet, energia, vesi, kemikaalit). Toimintasuunnitelmaan kirjataan tavoitteet valituilla osa-alueilla ja toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi.

Liite 2. Projektisuunnitelma

Martta Liukkonen

Opinnäytetyösuunnitelma

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyöseminaari

8.10.2012

Johdanto

Teen opinnäytetyöni toimeksiantona Restel-konsernille. Työ seuraa Cumulus Hakaniemi -hotellin Joutsenmerkkiprosessin etenemistä aina sen alusta merkin myöntämiseen saakka ja tekee prosessista kuvauksen, jota Restel voi jatkossa hyödyntää muissa Joutsenmerkkihakemuksissaan. Prosessin aikana kartoitetaan, miksi hotellin kannattaa hakea Joutsenmerkkiä ja mitä sen myöntämiseen vaaditaan. Alussa selvitetään, minkälainen on hotellin nykytila merkin myöntämisen kannalta. Selvityksen valmistuttua tehdään tarvittavat muutokset (ne muutokset, jotka ovat hotellin ja sen toiminnan kannalta oleellisimpia) hotellissa, jotta Joutsenmerkin pakolliset vaatimukset täytetään ja hakemukseen saadaan tarvittava määrä pisteitä. Kun tarvittavat muutokset on tehty, täytetään hakemus ja se lähetetään Joutsenmerkin myöntävälle lautakunnalle.

Teen työn pohjalta prosessikuvauksen, jota Restel-konserni voi jatkossa hyödyntää. Prosessikuvaukseen tulee koko Joutsenmerkkiprosessi kaikkine vaiheineen. Prosessikuvaus rakentuu erilliselle pohjalle, joka luovutetaan sen valmistuttua Restelille. Prosessikuvauksen on tarkoitus helpottaa Restelin toimintaa jatkossa, jos se haluaa selvittää uusia Joutsenmerkkimahdollisuuksia konsernin muille hotelleille.

Kiinnostuin aiheesta heti, kun sain tiedon kyseisestä opinnäytetyöaiheesta. Olen opiskellut biologiaa ja nykyinen pääaineeni Haaga-Heliassa on vastuullinen liiketoiminta. Joutsenmerkkiprojekti mahdollistaa oman pääaineen hyödyntämisen käytännössä ja eri teorioiden ja oppien soveltamisen. Aiheen kautta pääsen myös tutustumaan hyvin eri ympäristömerkkeihin ja niiden vaatimuksiin sekä siihen, mitä hyötyä merkistä lopulta on sitä tavoittelevalla yrityksellä. Näen lähel-

tä koko prosessin toiminnan ja sen, mitä resursseja merkin hakeminen vaatii. Lisäksi työ on erittäin käytännönläheinen ja toimii hyvin osaamisen todisteena tulevaisuudessa työnhaussa.

Aihe on tärkeä Restel-konsernille, koska ympäristötietoisuus ja eri vaatimukset kasvavat koko ajan. Erityisesti matkailun alalla on tärkeää, että yritykset ovat ympäristötietoisia, koska matkailijat tulevat katsomaan nimenomaan ympäristöä ja sen tarjoamia asioita (rannat, rakennukset, puistot, jne.). Jos ympäristö kärsii, ei matkailijoille ja hotelleissa majoittuville ihmisille ole enää mitään, miksi tulla kyseiseen paikkaan ja sitä kautta hankkia hotellin palveluita. Vastuullisuuden lisäksi ympäristöasiat ja -merkit toimivat hyvänä markkinointikeinona. Joutsenmerkki on etu markkinoinnissa, koska kuluttajien ympäristötietoisuus kasvaa jatkuvasti.

Työn aihe on valittu omien kiinnostusten ja aiheen merkityksen perusteella. Halusin aiheen, josta on todellinen hyöty sekä yritykselle että minulle itselleni. Valmis työ toimii sekä hyvänä apuna yritykselle että ns. käyntikorttina ja taitojen todisteena minulle itselleni sekä tuleville työnantajilleni.

Tavoite

Opinnäytetyön tavoite on kartoittaa Joutsenmerkin vaatimukset hotelleille ja muille majoitusliikkeille sekä saada Joutsenmerkki Cumulus Hakaniemi -hotellille. Lopullinen työ eli prosessikuvaus toimii apuna Restel-konsernille, jota se voi jatkossa hyödyntää hakiessaan Joutsenmerkkiä muille hotelleilleen.

Aiheen rajaus

Työssä kuvataan Joutsenmerkkiprosessi alusta loppuun. Työ käy läpi hakemisen tarkoituksen ja sen perusteet, nykytilan kartoituksen, vaadittavat muutokset ja niiden teon, hakemuksen täyttämisen ja lähettämisen ja Joutsenmerkin myöntämisen.

Työ on rajattu siten, että se käy läpi vain Joutsenmerkkiprosessin, joka toimii tulevaisuudessa työkaluna Restel-konsernille. Opinnäytetyöhön tulee prosessikuvauksen lisäksi tietoa ympäris-

tömerkeistä ja Joutsenmerkistä, omasta työstä ja prosessikuvauksen rakentamisesta. Tätä osaa ei kuitenkaan tule erilliseen prosessikuvaukseen, koska se ei ole Restelin vaatimaa ja haluamaa tietoa.

Tietoperusta

Joutsenmerkki on Pohjoismaiden oma ympäristömerkki, jota voi hakea yritys, joka täyttää merkin vaatimat kriteerit. Merkin avulla kuluttaja voi tunnistaa helposti ympäristön kannalta parhaat vaihtoehdot. Kun merkki myönnetään, sitä voi hyödyntää esimerkiksi markkinoinnissa. (Joutsenmerkki 2012a; Joutsenmerkki 2012b).

Ympäristömerkit auttavat kuluttajaa valitsemaan ympäristön kannalta parhaan vaihtoehdon elämän jokapäiväisissä valinnoissa. Ympäristömerkkejä on erilaisia aina EU-kukasta Joutsenmerkkiin ja pienempiin ympäristömerkkeihin. Kaikkien merkkien tarkoitus on antaa kuluttajalle vaihtoehto, joka säästää luontoa enemmän. (www.ymparisto.fi 2012.)

Joutsenmerkki on yrityksille etu markkinoinnissa. Merkin avulla se voi näyttää kuluttajalle, että yritys ottaa huomioon ympäristön kannalta tärkeät asiat. Näin kuluttajan on helpompi tehdä valinta eri vaihtoehtojen välillä. Kuluttajien lisäksi merkki näkyy myös muille palveluntarjoajille ja se voikin vaikuttaa eri yhteistyöasioihin ja yritysten väliseen viestintään positiivisesti. (Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012a.)

Joutsenmerkin kriteerit on määritelty erikseen eri toimialoille. Tietyn merkkiä hakevan yrityksen on täytettävä merkin sille asettamat kriteerit, jotta merkki voidaan myöntää. Kriteerit on laadittu pohjoismaisena yhteistyönä ja ne tarkastetaan 3-5 vuoden välein. Kriteerit on säädetty tiukoiksi, jotta niistä on oikeasti jotain hyötyä vastuullisuuden ja ympäristön kannalta. (Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012b.)

Joutsenmerkistä on tehty oma versio hotelleille ja majoitusliikkeille. Kriteerit on laadittu siten, että ne palvelevat hyvin kuluttajaa, kun hän haluaa löytää ympäristön kannalta hyvän majoitusvaihtoehdon. (Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012f.)

Joutsenmerkin hakeminen on prosessi, jonka aikana kartoitetaan yrityksen nykytila, selvitetään tarvittavat muutokset ja toteutetaan ne. Joutsenmerkkiä voi hakea kuka tahansa tuotteen tai palvelun maahantuoja, tarjoaja ja valmistaja. Eri toimialoille on määritelty omat kriteerit sen mukaan, mikä on vastuullisuuden kannalta merkittävää kyseisellä alalla. (Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012d.)

Joutsenmerkistä ja sen toimivuudesta on saatavilla paljon eri tutkimustietoa. Koska ympäristöasiat ja -vaatimukset muuttuvat jatkuvasti, tieto uusiutuu nopeasti ja suurin osa luotettavasta tiedosta on internetissä. (Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012e.)

Joutsenmerkistä on useita etuja yrityksille. Merkki toimii näkyvänä markkinointietuna. Kuluttajien ympäristötietoisuus kasvaa jatkuvasti ja siksi merkki toimiikin hyvänä etuna kilpailussa. Joutsenmerkki on luotettava ja turvallinen valinta ja merkin kautta kuluttaja tietää varmasti, mitä hänen on lupa odottaa yritykseltä tai tuotteelta ympäristöön liittyvissä asioissa. (Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012c.)

Työmenetelmä

Opinnäytetyö tehdään produktina Restel-konsernille. Työn tulos tulee olemaan ohjeistus, jota Restel voi hyödyntää tulevaisuudessa Joutsenmerkkiin liittyvissä asioissa. Prosessikuvaus tehdään erilliseksi painotuotteeksi, jota Restelin on helppo käyttää.

Opinnäytetyön tietoperustaan kuvataan aiheen perusasiat ja -käsitteet ja muuhun osaan produktin tuottamisprosessi sekä itse produkti. Tietoperustaan tulee ympäristömerkkeihin ja Joutsenmerkkiin liittyviä asioita sekä aiheita, jotka ovat vaikuttaneet merkkien kehitykseen ja suunnitteluun. Produktin rakennusprosessin kuvaukseen taas tulee kaikki aina alkuhetkistä loppuun ja työn valmistumiseen saakka: alkutilanne ja sen kartoitus, työaikataulun suunnittelu ja erilaiset mittaukset ja todistusten keruu sekä itse hakemuksen lähettäminen sekä sen pohjalta mahdollisesti järjestettävä auditointi.

Joutsenmerkkiprojektin vaiheet:

- 1 Joutsenmerkin hakemisesta päättäminen
- 2 Hakemusryhmän kokoaminen
- 3 Alkutilan kartoitus
- 4 Alkutilan pohjalta tehtävä alustava hakemus
- 5 Kartoituksen pohjalta tehtävien muutosten valmistelu
- 6 Muutosten teko
- 7 Merkin hakeminen muutosten jälkeen
- 8 Hakemuksen hyväksyminen
- 9 Merkin myöntäminen

Aikataulu

Kirjoitan työni tietoperustan syyslukukaudella 2012, jotta saan sen valmiiksi hyvissä ajoin ennen prosessikuvauksen lopullista rakentamista ja kirjoitusta. Tietoperusta toimii apuna prosessikuvauksen rakentamisessa ja käsitteistön ymmärtämisessä. Tietoperusta tulee mitä todennäköisimmin valmistumaan samaa tahtia opinnäytetyöseminaarin kanssa, jossa saan tarvitsemaani apua ja tukea tietoperustan kirjoitukseen.

Aineiston hankinta tietoperustaa ja koko hakuprosessia varten on aloitettu silloin, kun merkin hakemisesta on päätetty Restel-konsernissa. Saan prosessin alkuvaiheiden tiedot toiselta ohjaajaltani, Erja Mähöseltä, jotta prosessikuvauksesta tulee täydellinen Restelin kannalta. Suurin osa aineistosta on hankittu ennen tietoperustan kirjoittamisen aloitusta, mutta jos uusia tärkeitä asioita ja aiheita löytyy kirjoitusprosessin aikana, ne otetaan mukaan tietoperustaan.

Valmis produkti eli Joutsenmerkin hakemisen prosessikuvaus muotoutuu viimeiseen muotoonsa (valmis versio, joka menee Restelille), kun koko Joutsenmerkkiprosessi saadaan päätökseen eli merkki myönnetään. Merkki on myönnettävä viimeistään alkukevästä 2013.

Opinnäytetyö valmistuu samaan aikaan merkin myöntämisen ja prosessikuvauksen valmistumisen aikaan eli alkukeväällä 2013. Olen asettanut koko opinnäytetyön valmistumisen takarajaksi maaliskuun 2013.

Lähteet

Joutsenmerkki 2012a. Luettavissa: <http://www.ymparistomerkki.fi/>. Luettu 6.10.2012

Joutsenmerkki 2012b. Mikä on Joutsenmerkki? Luettavissa:
http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/mika_joutsenmerkki_on. Luettu 6.10.2012

Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012a. Yrityksille. Luettavissa:
<http://www.ymparistomerkki.fi/yrityksille> . Luettu 6.10.2012

Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012b. Kriteerit. Luettavissa:
<http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/kriteerit> . Luettu 6.10.2012

Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012c. Miksi hakea Joutsenmerkkiä? Luettavissa:
http://www.ymparistomerkki.fi/yrityksille/miksi_hakea_merkkia . Luettu 6.10.2012

Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012d. Miten Joutsenmerkkiä haetaan? Luettavissa:
http://www.ymparistomerkki.fi/yrityksille/miten_merkkia_haetaan . Luettu 6.10.2012

Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012e. Tutkimustietoa. Luettavissa:
<http://www.ymparistomerkki.fi/yrityksille/tutkimustietoa> . Luettu 6.10.2012

Joutsenmerkki - kestävä valinta 2012f. Joutsenmerkitty hotelli. Joutsenmerkki hotelleille ja majoitusliikkeille. Luettavissa: <http://www.ymparistomerkki.fi/files/116/72hotelli30.pdf> . Luettu 25.9.2012

www.ymparisto.fi 2012. Ympäristömerkit. Luettavissa:
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=182582> . Luettu 25.9.2012